Министерство просвещения Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Чувашский государственный педагогический
университет им. И.Я. Яковлева»

КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Учебно-методическое пособие

Автор
А.В. Никитина

Чебоксары
2021

УДК 378.147.88
ББК 72.3
Н623

Никитина А.В. Культурно-просветительская деятельность: учебно-методическое пособие. – Чебоксары: Чуваш. гос. пед. ун-т, 2021. – 63 с.

Печатается по решению ученого совета Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева» (протокол №8 от 22.04.2021 г.).

Рецензенты:
Г. Н. Кадыкова, кандидат исторических наук, доцент кафедры культуры и искусств Марийского государственного университета;
О. А. Бычкова, кандидат филологических наук, доцент кафедры литературы и культурологии Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева.

Учебно-методическое пособие предназначено для студентов профилей бакалавриата «Мировая художественная культура и иностранный (английский) язык» и преподавателей предметов культурологического цикла. Содержит тематический план курса, материалы для практических занятий (планы практических занятий, тесты, проблемные вопросы), дополнительные материалы и задания. Представлены методические материалы для самостоятельного освоения курса, а также материалы для контроля знаний студентов.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Пояснительная записка

Дисциплина «Культурно-просветительская деятельность» является необходимой частью подготовки студента-бакалавра. Предметом дисциплины является изучение теоретического основания культурно-просветительской деятельности и методов ее практического воплощения.

Культурно-просветительская деятельность как один из типов профессиональной деятельности в рамках федерального стандарта высшего образования предполагает, что студент изучает способы выявления и формирования культурных потребностей различных социальных групп, а также приобретает умения и навыки разработки, реализации культурно-просветительских программ в соответствии с данными потребностями.

Настоящее издание содержит учебно-методические материалы для организации работы студентов: тематику лекций и практических занятий, тестовые задания, дополнительные материалы, список литературы.

Разработанные в учебно-методическом пособии задания могут помочь приобщить студента к мировым и российским культурным ценностям, обучить будущего педагога формам культурно-просветительской деятельности, дать толчок в направлении создания на их основе собственных культурно-просветительских проектов, а также просвещать будущих учеников в сфере мировой культуры и искусства посредством современных способов ведения просветительской работы.

Тематика лекций и практических занятий

	Тематика занятий	Количество часов	
		Лекции	Практические занятия
1	История культурно-просветительской работы	4	4
2	Методы выявления потребностей населения	4	4
3	Культурно-просветительская программа	4	4
4	Культурно-просветительская деятельность в Интернете	4	4
5	Культурно-просветительская работа в учебных заведениях и музее	4	4
	Итого	**20**	**20**

ТЕМАТИКА ЛЕКЦИЙ

Тема 1. История культурно-просветительской работы

Эпоха Просвещения и возникновение идеи массового просвещения. Культурно-просветительская деятельность в Европе и России в XVIII-XIX вв. Деятельность Культпросвета. Формы и практики осуществления культурно-просветительской работы в Советской России. Культурно-просветительное образование в СССР.

Тема 2. Методы выявления потребностей населения

Социологические методы исследования потребностей населения в области культуры и искусства, образования и науки. Описательные методы исследования. Аналитические методы исследования. Разведывательные методы исследования (экспресс-опрос, фокус-группы). Наблюдение. Анализ документов. Опрос (экспертная оценка). Интервьюирование и анкетирование. Социологическое наблюдение. Контент-анализ. Точечное и панельное исследования.

Тема 3. Культурно-просветительская программа

Понятие культурно-просветительской программы. Составление культурно-просветительской программы с учетом потребностей населения. Аудитория программы. Этапы проектирования культурно-просветительских программ. Цели и задачи программы. Модули программы. Формы проведения культурно-просветительских мероприятий. Выработка критериев эффективности программы.

Тема 4. Культурно-просветительская деятельность в Интернете

Интернет и проблемы осуществления культурно-просветительской деятельности. История культурно-просветительских проектов в Интернете. Понятие «Online edutainment». Примеры. Википедия. Проект «TED». Проект «Coursera». Проект «EdX». Просветительские Youtube-каналы. Подкасты.

Тема 5. Культурно-просветительская работа в учебных заведениях и музее

Культурно-просветительская деятельность педагога. Формы осуществления культурно-просветительской деятельности в учебном заведении. Внеурочная деятельность учителя. Осуществление культурно-просветительской функции музея. Современные формы культурно-просветительской работы в музее.

ТЕМАТИКА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. История культурно-просветительской работы

Обсуждение сборника статей «Время, вперед! Культурная политика в СССР». Прочитайте следующие статьи:

1. Куренной В. Советский эксперимент строительства институтов.
2. Кагарлицкий Б. Советская культурная политика и традиция Просвещения.
3. Глущенко И. Солдат как читатель. Исследование читательских интересов красноармейцев в 1920 г.
4. Синицын Ф. Советская власть и буддийская культура (1925-1946).
5. Романов Р. Популяризация науки СССР как элемент культурной политики.
6. Юшкова Е. Влияние культурной политики СССР на школу Айседоры Дункан.
7. Березина В. Эволюция форм экскурсионной работы в Петрограде – Ленинграде в первое послереволюционное десятилетие.
8. Жданкова Е. Частные кинотеатры в годы НЭПа как «свободное культурное пространство».

Ответьте на вопросы:

1) В. Куренной отмечает, что «советская история является уникальным случаем долгосрочного общественного эксперимента по строительству организационной и управленческой структуры, призванной радикально модифицировать поведение человека. Этот эксперимент имел как

репрессивную, так и конструктивную часть»[1]. Что включала в себя репрессивная часть? Чем конструктивная часть была связана с комплексом идей эпохи Просвещения?

2) Как автор статьи характеризует культурную политику раннего советского периода?

3) Как понималась культура в разные периоды советской истории? Как данное определение было связано с просветительской практикой?

4) Какова была миссия революционеров? В чем они видели свою первоочередную задачу?

5) Назовите основные цели Наркомпроса.

6) Как советское правительство изучало культурные потребности населения?

7) Как велась культурно-просветительская работа в регионах с традиционной религиозной традицией?

8) Как популяризация науки способствовало просвещению?

9) Какой был культурно-просветительский контекст школы Айседоры Дункан? Каковы были итоги работы данной школы?

10) Опишите экскурсии и частные кинотеатры как формы культурно-просветительской работы.

Литература

1. Время, вперед! Культурная политика в СССР / под ред. И.В. Глущенко, В.А. Куренного. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – 272 с.

Тема 2. Методы выявления потребностей населения

1. Составьте рабочий план социологического исследования, направленного на выявление образовательных потребностей группы студентов. Рабочий план должен включать:

- обоснование проблемы исследования;
- цель исследования;
- объект и предмет исследования;
- логический анализ (интерпретация и операциональное определение) основных понятий, гипотезы исследования;
- задачи исследования;
- определение выборочной совокупности;
- методы сбора информации.

2. Проведите исследование согласно плану.

3. Проанализируйте полученные данные.

[1] Время, вперед! Культурная политика в СССР / под ред. И.В. Глущенко, В.А. Куренного. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – С. 12.

Литература

1. Аверьянов Л. Социология: искусство задавать вопросы. – М., 1998.
2. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологических исследований. – М.: Аспект Пресс, 1995.
3. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – Екатеринбург, 1998.
4. Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 1,2 / Отв. ред. В.Г. Андреенков, О.М. Маслова. – М.: Наука, 1990.
5. Ноэль Э. Массовые опросы. Введение в методику демоскопии. – М.: Ава-Эстра, 1993.
6. Основы прикладной социологии / Под ред. М. Горшкова, Ф. Шереги. – М.: Интерфакс, 1996.
7. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие – М.: Институт социологии РАН, 2011, 1 CD ROM
8. Садмэн С., Брэдберн Н. Как правильно задавать вопросы. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2002.
9. Татарова Г. Г. Методология анализа данных в социологии. – М.: Стратегия, 1998.
10. Толстова Ю.Н. Измерение в социологии. – М.: Инфра-М, 1998.
11. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: Добросвет, 2003 г.

Дополнительные задания

1. Прочитайте статью Alex Gofman, Howard R. Moskowitz, Tõnis Mets Marketing Museums and Exhibitions: What Drives the Interest of Young People// Journal of Hospitality Marketing & Management. – 2011. – №20. – P. 601–618.

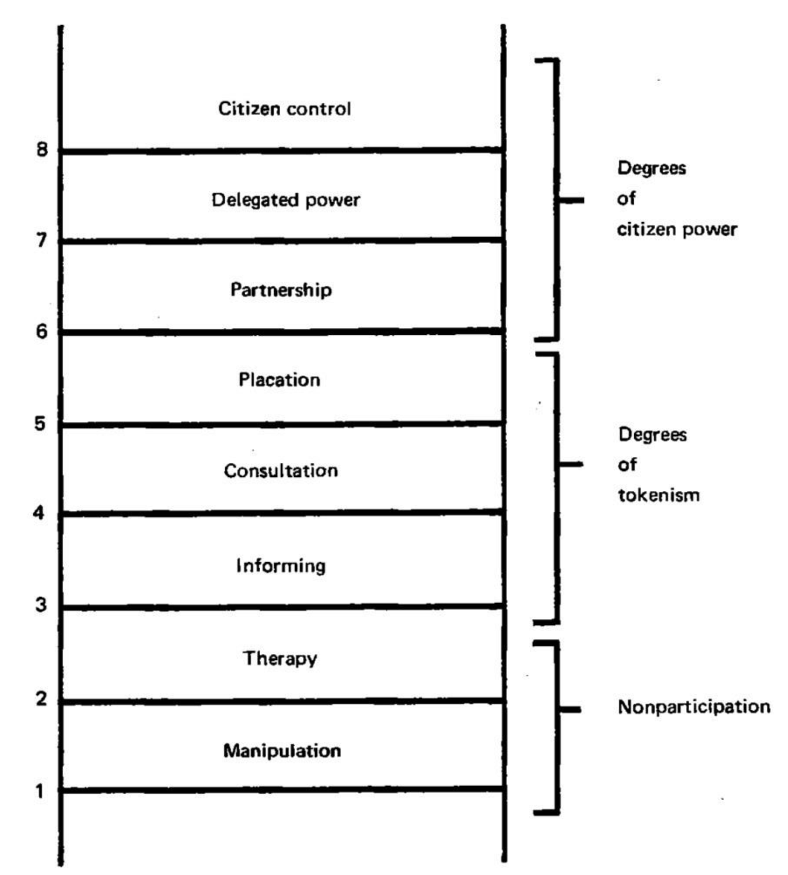
Составьте краткий пересказ данной статьи на русском языке. Оцените представленную в статье методологию изучения молодежной музейной аудитории. Насколько применима данная методология исследования аудитории в современных российских условиях.

2. Прочитайте статью Ruhi Sarpkaya «Factors Affecting Individual Education Demand at the Entrance to University: Adnan Menderes University Sample»[2]. Целью данного исследования является определение факторов, влияющих на индивидуальные образовательные потребности при поступлении в университет. Исследование проводилось в форме опроса. Было опрошено 1630 первокурсников факультетов и профессиональных школ, 574 ученика из 7 школ. Изучите данные по шкале факторов, влияющих на индивидуальные образовательные потребности, представленные в статье. Рассмотрите, какие факторы оказались значимыми при определении индивидуальных образовательных потребностей, какие не оказали существенного влияния.

3. Изучите модель вовлеченности граждан («Лестница гражданского участия») Арнштейн. Определите, насколько данная модель применима для изучения культурных потребностей населения.

---

[2] https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ882733.pdf



1 Manipulation and 2 Therapy. Both are non participative. The aim is to cure or educate the participants. The proposed plan is best and the job of participation is to achieve public support by public relations.

3 Informing. A most important first step to legitimate participation. But too frequently the emphasis is on a one way flow of information. No channel for feedback.

4 Consultation. Again a legitimate step – attitude surveys, neighbourhood meetings and public enquiries. But Arnstein still feels this is just a window dressing ritual.

5 Placation. For example, co-option of hand-picked 'worthies' onto committees. It allows citizens to advise or plan ad infinitum but retains for power holders the right to judge the legitimacy or feasibility of the advice.

6 Partnership. Power is in fact redistributed through negotiation between citizens and power holders. Planning and decision-making responsibilities are shared e.g. through joint committees.

7 Delegated power. Citizens holding a clear majority of seats on committees with delegated powers to make decisions. Public now has the power to assure accountability of the programme to them.

8 Citizen Control. Have-nots handle the entire job of planning, policy making and managing a programme e.g. neighbourhood corporation with no intermediaries between it and the source of funds[3].

---

[3] https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01944366908977225

Тема 3. Культурно-просветительская программа

На основе проведенного социологического исследования по выявлению образовательных потребностей оставьте культурно-просветительскую программу.

1. Определите:

- вид программы (по содержательной направленности: искусствоведческая, культурная, образовательная и т.д.).
- цели и задачи программы.

2. Опишите потенциальных участников программы.

3. Обозначьте актуальность программы (степень ее важности в данный момент для повышения культуры и уровня образованности субъектов образовательного процесса).

4. Опишите научные и методические основания программы.

5. Опишите структуру и содержание программы (функциональные модули, дидактические разделы, темы и организационные формы проведения мероприятий, краткое содержание программных мероприятий, описание используемых методик и технологий с указанием источников, список литературы и т.д.)

6. Определите ресурсы, которые необходимы для эффективной реализации программы:

- требования к специалистам, реализующим программу;
- перечень учебных и методических материалов, необходимых для реализации программы;
- требования к материально-технической оснащенности учреждения для реализации программы (помещение, оборудование, инструментарий и т.д.);
- требования к информационной обеспеченности учреждения для реализации программы (библиотека, Интернет-ресурсы и т.д.);
- другие.

7. Опишите сроки и этапы реализации программы, а также временной режим, количество занятий, условия формирования группы, её численность.

8. Определите ожидаемые результаты реализации программы (промежуточные и итоговые).

9. Разработайте категории, которые позволят вам выяснить доступность вашей программы для предлагаемой аудитории (например, время проведения, уровень образованности и т.д.)

10. Разработайте критерии, по которым можно будет оценить успешность реализации программы.

Литература

1. Бондаревская Е. В. Воспитание как встреча с личностью // Избранные педагогические труды: В 2 т. – Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2006. Т. II. 504 с.
2. Ильин Г.Л. Инновации в образовании: Учебное пособие /Г.Л. Ильин. – М.: Прометей, 2015.

3. Кругликов Г.И. Методика профессионального обучения с практикумом: учебное пособие для высших учебных заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2005.
4. Проектирование основных образовательных программ вуза при реализации уровневой подготовки кадров на основе федеральных государственных образовательных стандартов / Под ред. С.В. Коршунова. – М.: МИПК МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2010.

Дополнительные задания

1. Изучите программы и подпрограммы развития культуры в Республике Татарстан, Нижегородской области, Санкт-Петербурга. Определите основные формы и направления работы. Дайте оценку данным формам и направлениям. Какие из них, на ваш взгляд, являются наиболее эффективными? Почему?

2. Изучите фрагмент государственной программы «Развитие культуры и туризма Нижегородской области». Насколько показательны, на ваш взгляд, индикаторы достижения цели программы?

1. Паспорт госпрограммы

Государственный заказчик-координатор госпрограммы	Министерство культуры Нижегородской области
Соисполнители госпрограммы	Министерство промышленности, торговли и предпринимательства Нижегородской области; департамент развития туризма и народных художественных промыслов Нижегородской области; министерство строительства Нижегородской области; министерство экологии и природных ресурсов Нижегородской области; министерство энергетики и жилищно-коммунального хозяйства Нижегородской области
Подпрограммы госпрограммы	Подпрограмма 1 «Сохранение и развитие материально-технической базы государственных и муниципальных учреждений культуры Нижегородской области». Подпрограмма 2 «Поддержка профессионального искусства, образования». Подпрограмма 3 «Наследие». Подпрограмма 4 «Обеспечение реализации государственной программы». Подпрограмма 5 «Развитие внутреннего и въездного туризма в Нижегородской области»
Цели госпрограммы	Создание условий и возможностей для повышения роли культуры в воспитании и просвещении населения Нижегородской области (далее - область, регион) в ее лучших традициях и достижениях; сохранение культурного наследия региона и единого культурно-информационного пространства.

	Повышение эффективности использования энергетических ресурсов за счет реализации энергосберегающих мероприятий, внедрения новых передовых технологий и оборудования, направленных на снижение удельных расходов энергии. Создание организационных, нормативных и экономических условий, обеспечивающих эффективное использование энергоресурсов. Повышение энергетической эффективности функционирования объектов культуры. Обеспечение деятельности министерства культуры Нижегородской области, создание условий для реализации госпрограммы. Формирование конкурентной туристской индустрии, способствующей социально-экономическому развитию Нижегородской области
Задачи госпрограммы	1. Сохранение и развитие материально-технической базы государственных и муниципальных учреждений культуры Нижегородской области. 2. Сохранение и развитие лучших образцов отечественного музыкального, драматического, изобразительного искусства. 3. Поддержка и развитие профессионального художественного творчества, творческой молодежи и юных дарований. 4. Повышение творческого потенциала региона; создание единого культурного пространства. 5. Сохранение культурного и исторического наследия, расширение доступа населения к культурным ценностям и информации Нижегородской области. 6. Повышение доступности и качества оказания государственных услуг в сфере культуры. 7. Строительство, реконструкция, реставрация объектов культуры с применением энергосберегающих технологий. 8. Обеспечение устойчивого процесса эффективности энергопотребления. 9. Запуск механизмов стимулирования энергосбережения. 10. Внедрение энергоэффективных технологий, систем управления энергопотреблением, обеспечивающих реализацию потенциала энергосбережения. 11. Обеспечение точности, достоверности и единства измерений и учета энергетических ресурсов в процессе потребления. 12. Создание системы региональных, муниципальных и межмуниципальных кластеров, развитие туристских центров Нижегородской области. 13. Интеграция Нижегородской области в российские международные маршруты и кластеры. 14. Формирование качественного туристского продукта, продвижение нижегородского туристского продукта на российский и международный рынки туристских услуг. 15. Привлечение инвестиций на развитие материальной базы туриндустрии, создание крупных туристско-рекреационных комплексов. 16. Внедрение финансовых механизмов государственной поддержки инвесторов, туроператоров и иных субъектов туристской индустрии.

	17. Создание комфортной информационно-навигационной среды в крупных туристских центрах Нижегородской области. 18. Подготовка индустрии гостеприимства к Чемпионату мира по футболу. 19. Совершенствование системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров в сфере туризма и научное обеспечение. 20. Обеспечение эффективного исполнения государственных функций		
Индикаторы достижения цели и показатели непосредственных результатов	Наименование индикатора достижения целей госпрограммы	Единицы измерения	Значения индикаторов целей госпрограммы по окончании реализации госпрограммы
	Соотношение средней заработной платы работников учреждений культуры, повышение оплаты труда которых предусмотрено Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. N 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики», к средней заработной плате по Нижегородской области <*>	%	100
	Число высококвалифицированных работников в сфере культуры, % от числа квалифицированных работников	%	36
	Доля государственных учреждений культуры Нижегородской области, имеющих свой информационный портал, от общего числа учреждений культуры Нижегородской области	%	100
	Повышение уровня удовлетворенности граждан Нижегородской области качеством предоставления государственных услуг	%	100
	Экономия затрат на содержание и эксплуатацию	%	21

	государственных учреждений культуры		
	Увеличение числа граждан, принимающих участие в культурной деятельности (совокупная посещаемость организаций культуры)	%	105
	Увеличение числа обращений к цифровым ресурсам культуры	% к 2018 году	300
	Подпрограмма 1 «Сохранение и развитие материально-технической базы государственных и муниципальных учреждений культуры Нижегородской области»		
	Наименование индикаторов	Единицы измерения	Значения индикаторов целей подпрограммы по окончании реализации подпрограммы
	Доля отремонтированных государственных учреждений культуры Нижегородской области за весь период действия госпрограммы	%	87,0
	Доля государственных учреждений культуры Нижегородской области, в которых устранены замечания органов государственного пожарного надзора, за весь период действия госпрограммы	%	43,5
	Удельный расход электроэнергии на снабжение государственных учреждений культуры	кВт.ч/кв. м	33,73
	Удельный расход тепловой энергии на снабжение государственных учреждений культуры	Гкал/кв. м	0,1518
	Удельный расход природного газа на снабжение государственных учреждений культуры	куб. м/чел.	292
	Доля государственных учреждений культуры Нижегородской области,	%	100

	предоставляющих декларацию об энергосбережении и повышении энергетической эффективности		
	Непосредственные результаты:		
	Число объектов, введенных в эксплуатацию, 47		
	Число отремонтированных государственных учреждений культуры Нижегородской области к концу действия подпрограммы составит 20		
	Число государственных учреждений культуры Нижегородской области, в которых устранены замечания органов государственного пожарного надзора, к концу действия подпрограммы составит 10		
	Экономия затрат средств областного бюджета на содержание и эксплуатацию государственных учреждений культуры, реализующих мероприятия в области энергосбережения и повышения энергоэффективности, составит 21%		
Индикаторы достижения цели и показатели непосредственных результатов	Подпрограмма 2 «Поддержка профессионального искусства, образования»		
	Наименование индикаторов	Единицы измерения	Значения индикаторов целей подпрограммы по окончании реализации подпрограммы
	Увеличение количества посещений театрально-концертных мероприятий	%	24,7 к уровню 2014 года
	Увеличение доли театров, имеющих официальный сайт в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в общем количестве театров Нижегородской области	%	100%
	Увеличение средней суммы одного гранта для поддержки творческих проектов в области культуры и искусства	тыс. руб.	700
	Увеличение количества стипендиатов среди творческой	чел.	16 (к уровню 2014 года)

	молодежи		
	Непосредственные результаты		
	Количество посещений театрально-концертных мероприятий к 2021 году составит 1704300 чел.		
	Сохранится 100% функционирования официальных сайтов театрально-концертных учреждений Нижегородской области в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»		
	Сумма одного гранта для поддержки творческих проектов в области культуры и искусства составит 1900000 рублей		
	Количество стипендиатов среди творческой молодежи составит 44 человека		
	Подпрограмма 3 «Наследие»		
	Наименование индикаторов	Единицы измерения	Значения индикаторов целей подпрограммы по окончании реализации подпрограммы
	Увеличение количества библиографических записей в электронных каталогах библиотек Нижегородской области, в том числе включенных в корпоративный электронный каталог государственных и муниципальных библиотек Нижегородской области, % к предыдущему году	%	10
	Увеличение доли публичных библиотек, подключенных к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в общем количестве государственных и муниципальных библиотек Нижегородской области, % к общему числу библиотек	%	79,3
	Охват населения библиотечным обслуживанием	%	41,0
	Увеличение доли представленных зрителю (во всех формах) музейных	%	12,9

	предметов в общем количестве музейных предметов основного фонда государственных и муниципальных музеев Нижегородской области, % к общему объему основного музейного фонда		
	Увеличение посещаемости государственных и муниципальных музеев Нижегородской области, посещений на 1 жителя в год	чел.	0,62
	Увеличение доли музеев, имеющих официальные сайты в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в общем количестве музеев Нижегородской области, % к общему числу музеев Нижегородской области	%	100
	Охват населения Нижегородской области культурно-массовыми мероприятиями	на 10 тысяч человек	622
	Увеличение числа обращений к цифровым ресурсам культуры	% к 2018 году	300
	Непосредственные результаты		
	Количество библиографических записей в электронных каталогах библиотек Нижегородской области, в том числе включенных в корпоративный электронный каталог государственных и муниципальных библиотек Нижегородской области, составит 8033340 записей		
	Количество публичных библиотек, подключенных к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», увеличится до 785 библиотек		
	Число зарегистрированных пользователей в библиотеках области - 1330,6 тысячи человек		
	Количество музейных предметов, представленных в открытом показе, составит 128 тыс. единиц хранения		
	Посещаемость государственных и муниципальных музеев Нижегородской области увеличится до 2 млн человек		
	В 65 государственных и муниципальных музеях будут созданы свои		

	официальные сайты в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»		
	Количество посещений культурно-массовых мероприятий составит более 8,9 млн в год		
	Число обращений к цифровым ресурсам культуры составит 4176402 ед.		
	Подпрограмма 4 «Обеспечение реализации государственной программы»		
	Наименование индикаторов	Единицы измерения	Значения индикаторов целей подпрограммы по окончании реализации подпрограммы
	Обеспечение выполнения плана мероприятий («дорожной карты») «Изменения в отраслях социальной сферы, направленные на повышение эффективности сферы культуры в Нижегородской области», утвержденного распоряжением Правительства Нижегородской области от 28 февраля 2013 г. N 428-р	%	100
	Подпрограмма 5 «Развитие внутреннего и въездного туризма в Нижегородской области»		
	Наименование индикаторов	Единицы измерения	Значения индикаторов целей подпрограммы по окончании реализации подпрограммы
	Количество туристов и экскурсантов, посещающих Нижегородскую область, в том числе:	тыс. чел.	3 100,0
	иностранных		35,3
	Индекс физического объема туристских услуг	%	103,0
	Коэффициент использования гостиничного фонда		0,3

	Объем платных услуг, оказанных населению в сфере внутреннего и въездного туризма (включая услуги гостиниц и иных средств размещения)	млн руб.	16 704,3
	Непосредственные результаты		
	Тираж изданных рекламно-информационных материалов о турпотенциале области составит более 23000 экз.		
	Количество средств размещения, классифицированных в соответствии с системой классификации гостиниц и иных средств размещения, составит 363 ед.		
	Количество российских и международных специализированных выставок, в которых Нижегородская область приняла участие, составит не менее 24 ед.		
	Количество проведенных для российских и зарубежных СМИ и туроператоров рекламно-информационных туров составит 15 ед.		
	Количество туроператоров, получающих государственную поддержку, составит 1 ед.		
	Количество созданных объектов обеспечивающей инфраструктуры составит 3 ед.		

3. Изучите «Годовой отчет о ходе реализации и оценке эффективности реализации государственной программы Санкт-Петербурга «Развитие сферы культуры в Санкт-Петербурге» за 2018 и 2019 годы. Определите, от каких факторов зависит успешность выполнения целей и задач программы развития. Годовые отчеты находятся по ссылке: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_culture/gosudarstvennye-programmy-sankt-peterburga/

Тема 4. Культурно-просветительская деятельность в Интернете

I. Просмотрите сайты просветительских проектов «Постнаука», «Арзамас», «Антропогенез.ру», «N+1», «I'm a Scientist, Get me out of here!» и др.

Выполните задания:

1) определите, какие формы просветительской используют авторы данных проектов;

2) определите их актуальность, образовательную ценность, востребованность и на какую аудиторию направлены данные проекты;

3) выявите достоинства и недостатки данных просветительских проектов.

II. Прочитайте статью психологов Райнера Бромма и Сьюзан Голдман об эффекте легкости. Этот эффект заключается в том, что в результате

популяризации науки непрофессионалы развивают самонадеянное научное понимание. Это приводит к тому, что данные люди принимают решения, полагаясь лишь на популярное упрощенное изложение научных исследований, а не на суждения профессиональных ученых.

Ответьте на вопросы:

1) каким образом формируется эффект легкости?

2) какие способы противодействия данному эффекту выдвигают авторы статьи?

III. Прочитайте статью Марка Карнелла[4] об опасностях популяризации науки. Напишите рецензию на данную статью.

Литература

1. Bromme, Rainer, Thomm, Eva (January 2016). Knowing Who Knows: Laypersons' Capabilities to Judge Experts' Pertinence for Science Topics//Cognitive Science. – 2016. - 40 (1). – P. 241–252.

2. Mark Carnall. Facts are the reason science is losing during the current war on reason// https://www.theguardian.com/science/2017/feb/01/facts-are-the-reason-science-is-losing-in-the-current-war-on-reason-science-communication

Дополнительные задания

1. Изучите феномен научных комиксов. Рассмотрите также примеры научных комиксов: сборник «Это точно», «The World Around Us» и т.д. Рассмотрите графические романы, представляющие биографии художников Э. Мунка, П. Пикассо, П. Мондриана.

1) Определите, каково соотношение визуального и вербального материала в комиксе; чем полезен комикс; можно ли его использовать в учебном процессе.

2) Прочитайте статью «A Guide to Using Graphic Novels With Children and Teens»[5] о принципах использования научного комикса и графического романа в учебном процессе. Подумайте, как можно использовать научный комикс и графический роман в культурно-просветительской работе в школе и музее.

3) создайте сюжет для научного комикса по темам:

- история создания Бирмингемского центра культурных исследований;
- что такое культура?
- чем занимаются искусствоведы?
- чем занимаются культурологи?
- культурное разнообразие в мире
- межкультурное взаимодействие

[4] Статью можно найти в дополнительных материалах.

[5] https://www.scholastic.com/teachers/lesson-plans/teaching-content/guide-using-graphic-novels-children-and-teens/

Для работы над собственным комиксом прочитайте статью Jason E. McDermott, Matthew Partridge, Yana Bromberg « Ten simple rules for drawing scientific comics».

Цитируется по изданию: McDermott JE, Partridge M, Bromberg. Ten simple rules for drawing scientific comics// PLoS Comput Biol. – 2018. - №14[6].

Institutions around the world are in a constant struggle to improve science communication. From calls for journal papers to be simpler and more accessible to encouraging scientists to take a more active role through community engagement, there is a drive to demystify and improve public understanding of and engagement with science [1–3]. This drive for engagement is crucial to both helping recruit the next generation of scientist and highlighting the impact and role science has in public life. It also has a role in peer-to-peer communication and wider dissemination of ideas throughout the community. Technology has greatly helped expand the range of teaching styles that a lecturer can call on to reach more people in new ways. Social media outlets like Twitter, Facebook, Instagram, and Tumblr have expanded the reach of science communication within and across scientific disciplines and to the lay public [1, 3]. These new communication channels seem to support endless innovations in the development of videos, interactive quizzes, and instant feedback. Yet they are also providing a platform for a renaissance of one of the simplest and most effective methods for communicating ideas—comics. There are few scientists who haven’t heard of Randall Munroe, the artist behind the web comic “xkcd” [4], which features amazing graphic explanations on everything from climate change [5] to data storage [6]. These comics are widely appealing to a diverse audience and are posted on walls in laboratories and pubs alike. The ideas that they explain are complicated, but by simplifying them down to the core messages and by providing simple visual analogies, the comics educate and engage the groups that other media cannot always reach.

A comic is generally an illustration that employs metaphor and/or storytelling to clearly communicate an idea to a broad audience. Comics often employ humor, but their narratives can be exclusively informational in nature or can deal with nonhumorous topics. Comics can take multiple forms, from the single panel one-liner, to multiple panels, to graphic novels that span multiple pages. There are a number of science- and academic-oriented comics in circulation, including xkcd, PHD [7], and the authors’ own Errant Science [8] and RedPen/BlackPen [9].

An effective comic can communicate difficult ideas efficiently, illuminate obscure concepts, and create a metaphor that can be much more memorable than a straightforward description of the concept itself. Comics can be used to punctuate presentations or journal publications [10–12] to increase impact. In public health education, comics have long been recognized as an effective tool for reaching lots of different populations for education on subjects like cancer [13], fitness [14], and

[6] Статья располагается на сайте журнала. Ссылка: https://journals.plos.org/ploscompbiol/article?id=10.1371/journal.pcbi.1005845

diabetes [15], to name only a few. A recent trend is for scientists and artists (and scientist-artists) to capture the content of talks at conferences, or indeed entire meetings [16], as graphical notes [17]. A vibrant and growing scientific community on social media makes this a particularly effective method for expanding the intended audience; i.e., particularly engaging comics are "virally" spread within very short time frames. Science comics have also been included in research studies to enhance the story and facilitate understanding by a broader audience [10–12]. Certain journals have a "cartoon" category for submission so that the comic will appear in a citable form in publication [18]. Broadly, all of these avenues represent different ways of promoting work to others.

Here, we focus on three key opportunities provided by comics. First, presenting ideas visually is an effective entry point to complex ideas. Second, using metaphor makes information memorable in ways that literal descriptions do not. Third, though not all topics and situations are suited to the use of humor, employing humor can engage nonexperts and experts alike. It both reduces the levels of intimidation associated with presenting scientific results to a wide audience and breaks down the barriers to understanding that often come with new science.

Here, we set out several guidelines that we hope will convince more scientists that drawing your own comics is simpler than you think. We start with breaking the biggest deterrent of all.

Rule 1: You don't have to be good at art

Comics are not about art. They are about conveying a message in graphic form. Graphs and plots are for accurately conveying data, diagrams are for accurately depicting a system or setup, and comics are there to help people understand an idea. Some of the best cartoonists and comic artists cannot draw much better than wobbly lines forming strange shapes (Figs 1–10). The trick is to find the shapes that best convey the point you are trying to make. For example, you can convey the sense of scale within a system with a single circle and a dot. Use the dot to represent your smallest scale and then draw a proportionally scaled circle to represent the larger scale. This very basic comic conveys a sense of scale better than writing "small" and "twenty times bigger" (Fig 1). As is explored further, it's not about the smoothness of the lines or the accuracy of the circles, and if you can make a crude shape on paper, you can do what we set out in these rules. Anyone can create a comic, and often the biggest barrier is just getting over the idea that you can't. With practice, you'll get better at communicating ideas this way.

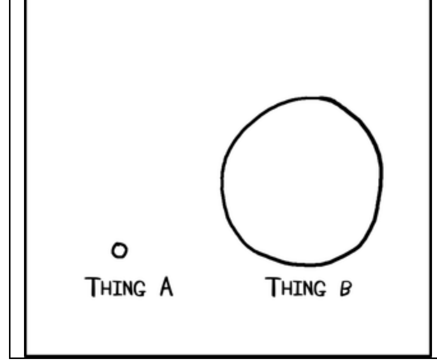


Fig 1. Sense of relative scale can be conveyed with very simple drawings.

https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1005845.g001

While a piece of paper and a pencil are enough to get started drawing, there are also numerous websites that provide comic drawing software free [19] as well as guides on some of the finer details behind producing full comics [20].

Rule 2: Comics should be simple

The use of comics should make a complicated idea simpler and easier to understand—not harder! Figure out which of your components or steps can be removed or combined in your comic. Comics are like figures in papers; they are best when each conveys one message. Complicated multithreaded comics can look like a “ridiculogram"—a graph with six axes or a Venn diagram with six categories, one of them shaped like a banana (see Fig 4 from [21]). These are graphical strategies that are fun to look at but cannot be easily interpreted (Fig 2). As with the previous example, the comic works best when conveying a simple message, in that case indicating the scale of the system.



Fig 2. Adding information can create a “Vennster” (the intersection of a Venn diagram and monster).

https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1005845.g002

Rule 3: Make it right, not perfect

Check the science. If your comic has scientific ideas in it, take the time to make sure you have the details right. If it’s mainly just a funny-joke comic, it doesn’t need to be absolutely right. For example, you can add footnotes to comics to point out scientific inaccuracies. But if it’s a comic that is meant to really illustrate a scientific concept for the purpose of education, then it should be as factually correct as you can make it. Including incorrect information in something that is intended to educate is misleading and can lead to misconceptions for those you are trying to reach who may not have a scientific background. In the example of the dot and the circle, no one is going to run a volume analysis on your comic (Fig 3). But they will expect it to be within a by-eye–visible order of magnitude of what you are trying to convey.

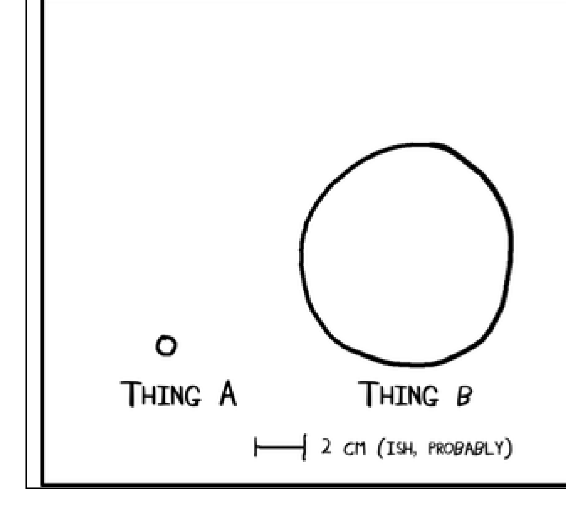


Fig 3. In general use, only enough information to get the idea across.

https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1005845.g003

Rule 4: Characters can improve engagement

Create characters with personality that can guide the reader – what your character wears, how tall they are, what they are carrying. If your subjects are inanimate objects, then add personality by including a face. Humans see a face and easily recognize humanity in objects. The famous example is when you hold a pencil, tell everyone that you have named it Steve and then immediately break it [22]. People will tend to feel empathy for the pencil. Simply naming your shapes can be enough to help people engage with the comic and understand and remember the message it conveys. Personification allows the expression of emotions and interactions between players in your comic that let a story be told (see Rule 6). In the dot and circle example, this can be as simple as giving one of the objects hand-like shapes (Fig 4). Or in a more real-world setting, adding something as simple as googly eyes to equipment can produce the same result.

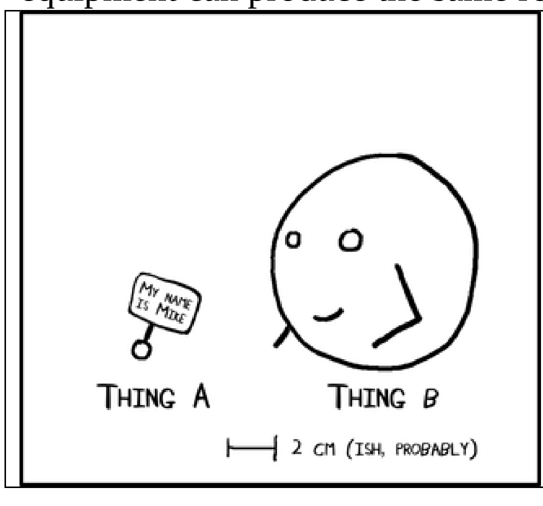


Fig 4. Adding faces and names increases engagement.

https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1005845.g004

Rule 5: Don’t punch down

Comics have a way of going viral (Fig 5), and it’s a good idea to reflect on the possible consequences of everyone in the world reading your comic. (No, not literally everyone in the world.) Don’t punch down: making mean fun of those less powerful or privileged than you is bad form, and you should evaluate with every comic you produce. Maintaining a spirit of fun, self-effacing humor and/or commiseration can often express similar ideas without putting anyone down. Be careful with work-

inspired comic ideas. Complaining about your workplace using specific details is simply not a good idea. If you do, try not to make any situation or anyone in the comic identifiable—unless you've asked them first or they're a public figure. It shouldn't need to be said, but avoid jokes that are sexist, racist, ableist, or most other "ists." (Marxist jokes may be back on the table.) You should really avoid those in real life as well. If you do get criticized for a comic you've posted, take a deep breath, let it out, find a trusted and honest friend or colleague, and ask their opinion. Don't be afraid to pull the comic. There are rare cases in which any communication, especially those involving social media, has grown to have serious implications for the author [23] and, potentially, the institution they are associated with.

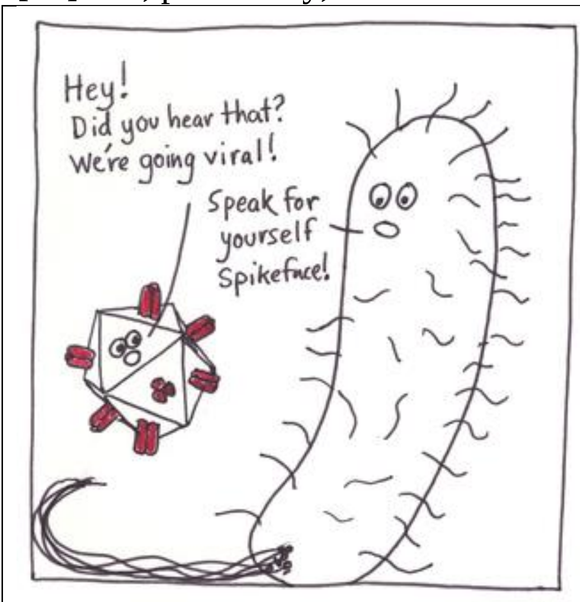


Fig 5. Comics have a way of going viral.

https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1005845.g005

Rule 6: Tell a story

A good comic, like a good scientific manuscript, tells a story. Like a story, a comic has a beginning (the setup), a middle (the conflict), and a resolution (the punchline). A single-panel comic compresses all these into a single illustration, but it may lay out all the elements of the story in the panel (Fig 6). If illustrating a process or mechanism, start with Rule 4 and personify the elements. Then, think about the story your comic is telling—the steps of the process—and how this might be made more memorable by using your characters. What would the enzyme in your comic say if it could talk? You've just given the enzyme that ability! All stories have conflict. This can be in the form of an actual villain, a conflict of ideas, an unseen context to the story, or a joke that the reader is likely to understand. It is important that the language you use to help tell this story be simple and legible. Ideally, it should be tested on nonnative speakers. The impact of the comic can be highly reduced if readers don't understand the dialogue.

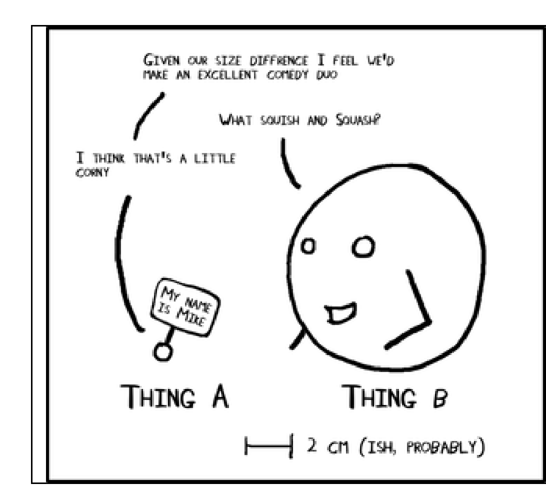


Fig 6. Interaction between characters is an essential part of storytelling.

https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1005845.g006

Rule 7: Draw on what you know and find your own voice

As with many other things, the adage "write what you know" applies to comics as well, but don't feel limited to only what you're an expert in. Draw from your own experience (paying attention to Rule 5, of course), and if you are comfortable taking on difficult problems or ideas, then go ahead. Personal stories that come from your own experience and emotions can be incredibly powerful [24]. Your comics might be topical, but that's ok—science is topical. And by bringing something that you care about and understand to a wider audience, you might just communicate outside your subspecialty. Paying attention to concepts you find important, issues that are relevant to you, and interactions you have daily can be a treasure trove of ideas if you pay attention. If you have a comic or an idea for a comic, try bouncing it off a trusted friend or colleague (Fig 7); then, take their feedback and use it to improve your ideas iteratively. It may take time to find what subjects you like to focus on and how you like to represent ideas, and that's ok. Art, like science, is a continually evolving process, and it is important to find your own voice.

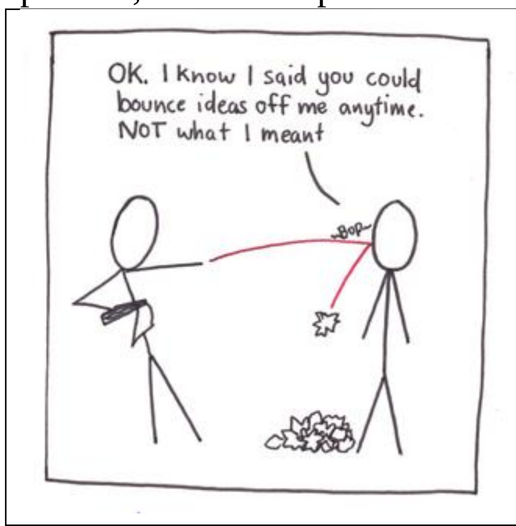


Fig 7. Find a trusted friend to bounce ideas off of.

https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1005845.g007

Rule 8: Use your imagination

Readers expect comics to be imaginative and to depict ideas in new, fresh ways. A great way to communicate complex or esoteric concepts is to use analogies. Analogies allow the reader to make a connection between something that they can relate to and abstract concepts that may be complex and hard to grasp. An added

benefit of analogies is that they often allow for simple variations to make a subject humorous. For example, you can equip a car with multiple “accessories” to depict the process of peer review [18] or transform a dot and circle into an acorn and a squash (Fig 8). However, be careful with analogies because they can sometimes lead to incorrect conclusions about a topic.

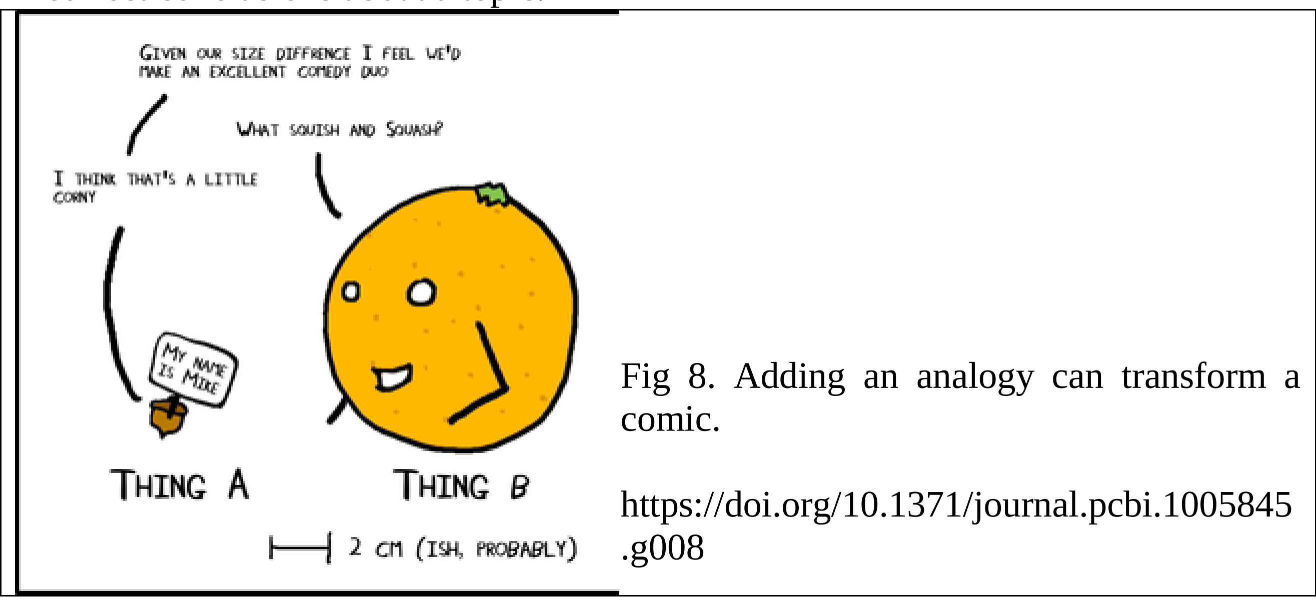


Fig 8. Adding an analogy can transform a comic.

https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1005845.g008

Rule 9: Sketch and draft

One of the most important aspects of an effective comic is clear communication. Storyboard ideas with quick sketches. Lay out the important bits of the comic: where you want the characters, how you want the panels arranged, and where the text will go. This last point, where the text will go, is actually really important and sometimes difficult to do. Experiment with it if it doesn’t seem right the first time. Choose your words. Just like a joke given by a standup comedienne, the difference between a great joke and a dud can sometimes be the specific way that you deliver it and the words that you use. You usually won’t give a talk at a conference off-the-cuff, so don’t do it here either! Test ideas out on others first. Write down a few ideas if you are having trouble. Sometimes the first thing that pops into your head is the best. Other times, an idea needs coaxing and refinement to really shine (Fig 9). You’ll learn to recognize the difference between the two.

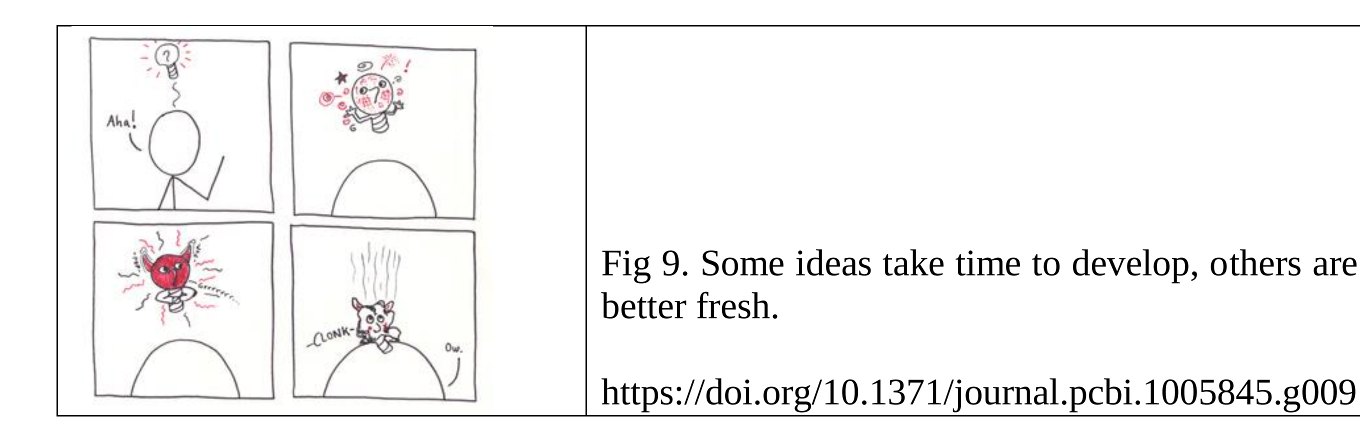


Fig 9. Some ideas take time to develop, others are better fresh.

https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1005845.g009

Rule 10: Practice, practice, practice and have fun

No one becomes great at something instantly. Give yourself time and practice often. Sketch at conferences (see [17]), doodle during down time, and carry a notebook for ideas. Learn from others. Read some comics. There are some great ones out there and new ones popping up all the time. Find some that resonate with you and draw inspiration from them. Remember, if you have an idea, you can start without needing to do any drawing at all [19]. Use social media like Twitter, Facebook, Tumblr, and Instagram to reach your audience. Start an account for your comic and it will start to take on a life of its own! Most of all, have fun (Fig 10). Let’s make that a rule.

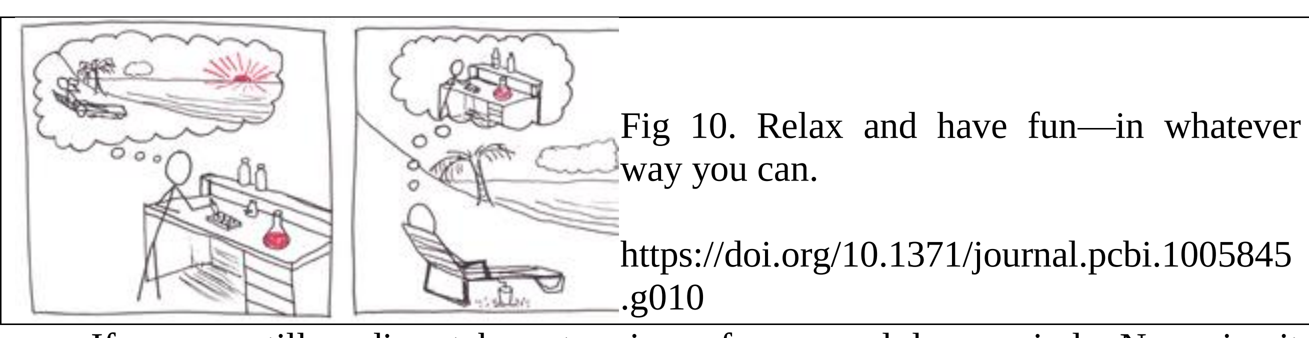


Fig 10. Relax and have fun—in whatever way you can.

https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1005845.g010

If you are still reading, take out a piece of paper and draw a circle. Now give it some eyes and a mouth. Now have it thinking or saying something about science. Did it work? Congratulations! You are now a science comic artist!

Acknowledgments

The authors would like to thank Philip Bourne for looking the other… ummm… helping get this kind of paper published. YB is super thankful for the NSF CAREER Award 1553289 that encourages her thinking outside the box to bring more science to more people. JEM is employed at Pacific Northwest National Laboratory (PNNL) in Richland, WA. PNNL is a multi-program national laboratory operated by Battelle for the DOE under contract DE-AC05-76RLO 1830. MP wishes to acknowledge Michelle Reeve for cartoon consultation. The authors also thank the vibrant science/art Twitter community for providing an environment to support their work.

References

1.Concannon C. and Grenon M., Researchers: share your passion for science! Biochem Soc Trans, 2016. 44(5): p. 1507–1515. pmid:27911733

2.McClain C. and Neeley L., A critical evaluation of science outreach via social media: its role and impact on scientists. F1000Res, 2014. 3: p. 300. pmid:25866620

3.McClain C.R., Practices and promises of Facebook for science outreach: Becoming a "Nerd of Trust". PLoS Biol, 2017. 15(6): p. e2002020. pmid:28654674

4.Munroe, R. xkcd: A webcomic of romance, sarcasm, math, and language.; Available from: http://xkcd.com/. Accessed on 20 July 2017.

5.Munroe, R., Earth Temperature Timeline.; Available from: http://xkcd.com/1732/. Accessed on 20 July 2017.

6.Munroe, R., Old Files.; Available from: https://xkcd.com/1360/. Accessed on 20 July 2017.

7.Cham, J. PhD: Piled Higher and Deeper. Available from: http://phdcomics.com/. Accessed on 20 July 2017.

8.Partridge, M. Errant Science. Available from: http://errantscience.com/. Accessed on 20 July 2017.

9.McDermott, J. RedPen/BlackPen. Available from: http://redpenblackpen.twitter.com/. Accessed on 20 July 2017.
10.Endy D., Foundations for engineering biology. Nature, 2005. 438(7067): p. 449–53. pmid:16306983
11.Briscoe A.D., et al., Female behaviour drives expression and evolution of gustatory receptors in butterflies. PLoS Genet, 2013. 9(7): p. e1003620. pmid:23950722
12.Caudron F. and Barral Y., A super-assembly of Whi3 encodes memory of deceptive encounters by single cells during yeast courtship. Cell, 2013. 155(6): p. 1244–57. pmid:24315096
13.Krakow M., Graphic Narratives and Cancer Prevention: A Case Study of an American Cancer Society Comic Book. Health Commun, 2017. 32(5): p. 525–528. pmid:27542072
14.Tarver T., et al., A Novel tool for Health Literacy: Using Comic Books to Combat Childhood Obesity. J Hosp Librariansh, 2016. 16(2): p. 152–159. pmid:27840597
15.McNicol S., Humanising illness: presenting health information in educational comics. Med Humanit, 2014. 40(1): p. 49–55. pmid:24398159
16.Thébaud O., et al., Managing marine socio-ecological systems: picturing the future. ICES J Mar Sci, 2017. fsw252.
17.Rohde M, Toselli M, and A. B. Sketchnote Army. Available from: http://sketchnotearmy.com/. Accessed on 20 September 2017.
18.McDermott J., Your Manuscript on Peer Review. Journal of Vascular and Interventional Radiology 2017. 28(5): p. 748.
19.Kessler, S. 6 Free Sites for Creating Your Own Comics. 2010; Available from: http://mashable.com/2010/10/24/create-your-own-comics/. Accessed on 20 September 2017.
20.How to Make a Comic Book. Available from: http://www.wikihow.com/Make-a-Comic-Book. Accessed on 20 September 2017.
21.D'Hont A., et al., The banana (Musa acuminata) genome and the evolution of monocotyledonous plants. Nature, 2012. 488(7410): p. 213–7. pmid:22801500
22.Harmon, D., Pilot S01E01, in Community. 2009.
23.Feldman, B. Talking to the Man Behind ‘Loss,’ the Internet’s Longest-Running Miscarriage ‘Joke’. 2015; Available from: http://nymag.com/selectall/2015/11/longest-running-miscarriage-meme-on-the-web.html. Accessed on 20 September 2017.
24.Weaver-Hightower M.B., Losing Thomas & Ella: A Father's Story (A Research Comic). J Med Humanit, 2017. 38(3): p. 215–230. pmid:26463352

Тема 5. Культурно-просветительская работа в учебных заведениях и музее

1. Посетите сайты музеев вашего региона. Познакомьтесь с предлагаемыми просветительскими программами, проектами, мероприятиями для детей, их родителей и педагогов. Дайте им оценку (актуальность, образовательная ценность, востребованность, учёт возрастных особенностей детей и др.).

2. Посетите сайты ведущих музеев страны и мира. Изучите формы просветительской работы, программы, проекты и мероприятия для разной аудитории – детей, взрослых, людей с повышенными потребностями и т.д.

3. На основании проведенного исследования определите наиболее востребованные формы культурно-просветительской деятельности музея.

4. Прочитайте статьи для обсуждения на паре:

А. Морозова С.А. Подготовка будущих педагогов начальной школы к разработке и реализации культурно-просветительских программ// Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2017. – С. 40-46.

B. Сергеев А.Н. Культурно-просветительская деятельность учителя в сетевых сообществах интернета// Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2013. – С. 95-103.

C. Биттер М.В., Симбирцева Н.А. Культурно-просветительская деятельность (к вопросу о содержании понятия)//Человек в мире культуры. Региональные культурологические исследования. – 2017. – №2/3 (21). – С. 226-230.

ПРИМЕРНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

1. Культурно-досуговая программа – это…

A. это универсальная, синтетическая и всеобъемлющая форма художественного моделирования, разыгрываемая перед публикой;

B. практика систематического проектирования, разработки и предоставления учебных продуктов и опыта;

C. публичное представление достижений в области экономики, науки, техники, культуры, искусства и других областях общественной жизни.

2. Расставьте в правильной последовательности проектирования культурно-просветительской программы:

A. Выбор названия программы. Выбор темы будущего проекта.

B. Определение аудитории программы.

C. Определение количества и распределение обязанностей разработчиков культурно-досуговой программы.

D. Определение формы программы, времени и места ее проведения.

E. Постановка целей и задач.

3. Биеннале – это…

a) мега-выставка, которая проходит раз в два года

b) репрезентативная выставка

c) экспериментальная выставка, которая проходит раз в пять лет.

6. По мнению К. Данкан, все выставки представляют собой ритуальные структуры, так как…

a) предписывают формализованные способы поведения как участникам, так и зрителям;

b) характеризуется символичностью действий, утратой их утилитарного значения;

c) им присуща строго установленная форма и демонстративность.

4.Что лежит в основе кураторской деятельности?

a) помещение произведение искусства в социальный, исторический и культурный контексты;

b) написание текстов о выставке;

c) поиск средств для организации выставки;

d) администрирование выставки;

e) формирование концепции выставки;
f) все вышеперечисленное.

5. Представление о выставке как медиуме предполагает, что
a) она является промежуточным звеном, посредством которого формируются и распространяются идеи и знание об искусстве;
b) она формирует культурные ценности и смыслы;
c) она репрезентируют общественные нормы и идеологии.

ПРИМЕРНЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

1. Изучите историю проектов определенного музея и выберите наиболее эффективную модель музейного проекта, на ваш взгляд, в истории музейного дела и аргументируйте свой выбор.

2. Изучите успешные примеры развития школьных и университетских музеев. Выявите специфику образовательных программ государственного и школьного музеев.

Примеры:

Музей «Квартира Чебурашки» школы №2036 г. Москва
Музей гигиены и здоровья школы №2045 г. Москва
Музей «Ладушка» школы №1747 г. Москва
Музей колокольчиков школы №537 г. Москва
Школьный палеогеологический музей – центр изучения естественных наук МБОУ «СОШ №38»
Музей истории Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева
Eton College Collections
Eton College Natural History Museum
Al Ahmadiya School
Cambridge Public School and High School Museum
Hawkshead Grammar School Museum
Ragged School Museum
Rittenhouse Elementary School
School Life Museum
Tom Brown's School Museum
Penn museum

3. Разработайте культурно-просветительскую программу к любой из актуальных выставок музеев Чувашии с включением современных форм.

4. Составьте рефераты по темам:
I.
Дискуссия как форма культурно-просветительской работы.
Лекция как форма культурно-просветительской работы.

Воркшоп как форма культурно-просветительской работы.
Ридинг-группа как форма культурно-просветительской работы.
Public talk как форма культурно-просветительской работы.
Мастерская как форма культурно-просветительской работы.
II.
Как осовременить экскурсию?
Как осовременить лекцию?
Как осовременить школьный музей?

5. В мире, характеризующемся высокой мобильностью, в котором образы, практики и люди воспринимаются в постоянно меняющихся констелляциях плюрализма и поляризации, популяризация культуры и наследия играют решающую роль в политике формирования идентичности. Благодаря популяризации культурного наследия, культурных форм и практик коллективные чувства формируются и реализуются способами, которые трудно отобразить или представить. Подумайте над следующими примерами:

Первый пример – свадьба принца Гарри и Меган Маркл. Почему люди не только в Великобритании, но и во всем мире проявляют такой страстный интерес к замку, часовне, платьям, униформе, платьям, украшениям и шляпам, проповедям и выступлениям, музыке, цветам, флагам и карете? На ваш взгляд, с чем подобный интерес?

Другим примером, над которым мы предлагаем подумать, является церемония прощания с покойным тайским королем Пумипоном Адульядетом, который в октябре 2017 года привлек миллионы людей. Тайское общество было погружено в настоящий океан траурных ритуалов и памятных мероприятий более года. За королевскими церемониями, а также за каждым ритуальным этапом подготовки внимательно следили на веб-сайтах, в журналах и на ток-шоу, а также в ежедневных новостях, уделяя особое внимание их религиозным, традиционным и историческим качествам.

Почему два этих ритуальных события привлекают внимание большого количества людей? Какую роль данные события играют в популяризации культурных обрядов и традиций?

Изучив данные примеры, напишите эссе на одну из предложенных тем:

1) популяризация и медиатизация культурных форм и практик, приписываемых определенным кругам, местам, группам или лицам, которые становятся частью повседневной жизни все большего числа людей;

2) формирование и признание культурных форм и практик как части культурного наследия (наследием может стать все, что угодно: угощения, песни, наряды, конкурсы певчих птиц, памятные собрания, праздники, телесериалы. По аналогии с вещами, местами и практиками, которые считаются священными, никакая форма или практика не являются наследием сами по себе. Культурное наследие всегда создается людьми в контексте. Это поднимает вопросы об участвующих людях, выборе, который они делают, и задействованных стратегиях: когда, где и как культурные формы и практики становятся наследием?)

3) связи между формированием наследия и ритуалом (роль ритуала в натурализации определенных практик и форм в качестве наследия).

ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Эпоха Просвещения и возникновение идеи массового просвещения.
2. Культурно-просветительская деятельность в Европе и России в XVIII-XIX вв.
3. Деятельность Культпросвета.
4. Формы и практики осуществления культурно-просветительской работы в Советской России.
5. Культурно-просветительное образование в СССР.
6. Социологические методы исследования потребностей населения в области культуры и искусства, образования и науки.
7. Описательные методы социологического исследования. Аналитические методы социологического исследования.
8. Разведывательные методы исследования (экспресс-опрос, фокус-группы). Методы социологического исследования. Наблюдение. Анализ документов. Опрос (экспертная оценка). Интервьюирование и анкетирование. Социологическое наблюдение. Контент-анализ.
9. Понятие культурно-просветительской программы. Составление культурно-просветительской программы с учетом потребностей населения. Аудитория программы.
10. Этапы проектирования культурно-просветительских программ.
11. Постановка целей и задач культурно-просветительской программы.
12. Модули культурно-просветительской программы.
13. Формы проведения культурно-просветительских мероприятий.
14. Выработка критериев эффективности культурно-просветительской программы.
15. Интернет и проблемы осуществления культурно-просветительской деятельности.
16. История культурно-просветительских проектов в Интернете.
17. Понятие «Online edutainment». Примеры.
18. Википедия как культурно-просветительский проект.
19. «TED» как культурно-просветительский проект.
20. «Coursera» как культурно-просветительский проект.
21. Просветительские Youtube-каналы и подкасты.
22. Культурно-просветительская деятельность педагога.
23. Формы осуществления культурно-просветительской деятельности в учебном заведении.
24. Внеурочная деятельность учителя и культурно-просветительская работа.
25. Осуществление культурно-просветительской функции музея.
26. Современные формы культурно-просветительской работы в музее.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Mark Carnall. Facts are the reason science is losing during the current war on reason

You'd think scientists could answer simple questions like 'when did the dinosaurs live?'. But the truth about science is bad news for those seeking certainty.

With controversy about science communication, facts and alternative facts hitting the headlines recently, I've been having a number of conversations with colleagues from all over the world about why science seems to be losing in the current war on reason.

This isn't in the usual fringe battle fronts like creationism or flat-Earthers. It's on topics deep behind our lines, in areas like whether climate change exists or not, how many people were present at a given time at a given place and whether one man with a questionable grasp on reality should be the only source people get their news from.

We all knew that science would be in for a fight in the coming years but that's going to be even more difficult when the staple defences such as evidence and not being suddenly censored have been spiked. How did this happen? Well, as anyone who had run-ins with keyboard warriors back in the forum days will know, it's hard to argue with people who don't even know the full extent of what they don't know.

A controversial paper, «When science becomes too easy: Science popularization inclines laypeople to underrate their dependence on experts» published at the end of last year in the journal Public Understanding of Science, suggests that it's the rise of science communication (or scicomm) that could be the cause of rising distrust in experts (Scharrer et al. 2016). Use of the word laypeople, aside, could it be that non-scientists, emboldened by easy-to-digest science stories in the media now have the confidence to reject what scientists say, or go with their gut feeling instead? As well as misunderstanding there's also deliberate pig-headed ignorance for furthering political agendas to contend with too.

This is the disadvantage for science communication. Do you listen to the scientific analysis – which is full of probably, maybe, possibly, roughly, estimated, hypothesised – or do you just agree with someone who sounds convincing and shouts down/shuts down dissenting opinions? Media coverage and bad science communication sometimes gives the impression that scientists are always changing their minds on climate models, whether chocolate or wine will kill or cure you or whether Pluto is a planet or not. This wrongly creates the impression that scientists are a pretty fickle lot.

Despite the reputation for being about facts, there are very few hard facts in nature or science's understanding of it. Take for example answering a simple question: when did the dinosaurs live? Easy, right? We must know that. We all kinda know that, so presumably the boffins have the proper technical answer. Here's as concise as I could get it without losing my own interest:

The oldest fossil remains which can be definitely identified as belonging to the dinosaur group, and accurately dated by comparison of the fossil remains of other

organisms in the surrounding rock with fossils found from localities which have been dated using radioactive decay rates of potassium argon isotopes in volcanic feldspar crystals, belong to Nyasasaurus parringtoni and are from between 229 ± 5 and 227.8 ± 0.3 million years ago (Currie et al. 2009 and Nesbitt et al. 2013). Although it is highly unlikely that the first dinosaur to have evolved was preserved, this is the oldest currently known. The appearance of the dinosaur group has been projected as far back as 240 million years ago (Nesbitt et al. 2013). Although one group of dinosaurs, birds, is still alive today, the non-avian dinosaurs are presumed to have gone extinct around between 65.9 and 66 million years ago, although the exact diversity of non-avian dinosaurs around this time is poorly known from the fossil record (Renne et al. 2013). Among other hypotheses, the impact of a large comet or asteroid is thought to have been a significant contributing factor.

Perhaps answering that question is not so easy. This is as tight as I can get an accurate answer and I've already "scicomm-ed" it a bit by not talking about places, stratigraphy and clumsily trying to describe biostratigraphy. A paragraph like this would never make it into a press release or museum label. For starters, at 170 words it is way longer than anything people are expected to read and take in from an average museum label. References would be the first thing to go; there's too much text, some ugly editing and it breaks the flow. Trying to explain dating techniques is confusing and nobody knows what a feldspar is anyway. Round all the dates up. Cut the awkward bits about it being the first dinosaur and the stuff about "definitely identified as" and everybody knows about birds so lose it.

Here's what it ends up becoming:

The oldest known dinosaur is 230-million-year-old Nyasasaurus parringtoni. Dinosaurs went extinct 66 million years ago.

Which is perfect for a museum label, tagline or press release and comprehensible to most (we won't quibble about knowing what a dinosaur is or isn't). However, I hope you can see that it's also deceptive, belies the ambiguity around "the facts" as presented here and, perhaps most frustratingly (news sites are the worst for this), it doesn't give readers the source material to go and chase up or query – always supposing that content isn't hidden behind a journal's paywall, that is…

By not flagging up what we don't know here, we create a false sense of certainty that's potentially later undermined by a new analysis, fossil discovery or alternative explanation.

Conversely, does flagging up the limits of our knowledge, as happened with modelling and predicting climate change, undermine the confidence in the scientific method even with unprecedented consensus on whether or not climate change exists?

You can boil the answer down even more to: we don't know exactly. Science rarely deals with absolutes, but knowing this comes from scientific training. But not knowing exactly is not the same as anyone's guess is good enough. What we currently know now could be overturned tomorrow with discoveries of new fossil specimens or with the use of dating techniques.

More often than not, the "facts" of science are actually a series of ever-increasing likelihoods. Evidence of non-avian dinosaurs being found in the Permian

or after the Cretaceous would be news and well worth scrutinising, but not outside of the realms of possibility. Non-avian dinosaurs in the Carboniferous or living on a remote island today would be extremely unlikely, not impossible but certainly against the odds. We won't ever find the first or last non-avian dinosaur but we can narrow the possibility down of when they likely existed.

This is why we train students to question every assumption, fact or proposition in science. Check where it came from, go back to the source and critically evaluate the author, the limitations on methodologies and the assumptions made. A favourite of mine is to get them to find the scientific basis for the well-worn "fact" that a third of every mouthful we eat comes from bees.

It's a skill that we all need to keep practising now that "alternative facts" are muddying the understanding of what "scientific" facts are in the first place.

References

1. Currie, B.S., Columbi, C.E., Tabor, N., and Montanez, I., P. 2009. Stratigraphy and architecture of the Upper Triassic Ischigualasto Formation, Ischigualasto Provincial Park, San Juan, Argentina. Journal of South American Earth Sciences 27(1):74-87. Available on the web here.

2. Nesbitt, S.J., Barrett, P.M., Werning, S., Sidor, C.A. and Charig, A.J. The oldest dinosaur? A Middle Triassic dinosauriform from Tanzania. Biology Letters:9 20120949. Available on the web here.

3. Scharrer, L., Rupieper, Y., Stadtler, M. and Bromme, R. 2016. When science becomes too easy: Science popularization inclines laypeople to underrate their dependence on experts. Public Understanding of Science. Available on the web here.

4. Renne, P.R., Deino, A.L., Hilgen, F.J., Kuiper, K.F., Mark, D.F., Mitchell III, W.S., Morgan, L.E., Mundil, R. and Smit, J. 2013. Time Scales of Critical Events Around the Cretaceous-Paleogene Boundary. SCIENCE 08 FEB 2013 : 684-687. Paywalled on the web here.

Глоссарий:

Биеннале – мегавыставка, которая проходит раз в два года. Например, Венецианская биеннале.

Бустеризм – планомерное продвижение какого-либо города, республики, страны для привлечения инвестиций, туристов и новых жителей.

Воркшоп – это демонстрация рабочего процесса опытного мастера для широкой аудитории с целью поделиться практическими навыками в каком-либо ремесле.

Дигитализация – это перевод информации в цифровую форму. Цифровая трансмиссия информационных данных, закодированных в дискретные сигнальные импульсы, широко применяется в современных системах связи.

Дизайн-код – это проиллюстрированный набор правил проектирования, требований и рекомендаций по вопросам физического развития пространства. Графические и письменные компоненты дизайн-кода подробно и точно строят дизайнерское видение генерального плана при проектировании и разработке объекта.

Инклюзия – это набор практик, связанных с поддержанием разнообразия в обществе, обеспечением физической и информационной доступности, а также с преодолением исключения и дискриминации.

Институция – система созданных людьми ограничений, выполнение которых поддерживается механизмами принуждения. В качестве механизмов принуждения могут выступать как санкции за невыполнение правил, так и различные поощрения за следование им. Санкции и поощрения могут носить как материальный, так и нематериальный характер.

Кинолекторий – это одна из форм воспитательной работы, включающая просмотр и обсуждение фильма.

Краудфандинг (от англ. crowd – толпа, funding – финансирование) – сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило, через интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций

Куратор – человек, занимающий исследованием, управлением коллекцией и организацией выставки как авторского произведения.

Лекторий – это помещение для лекций.

Паблисити – это известность компании или отдельного лица, которая сформирована с помощью СМИ.

Подкастинг – процесс создания и распространения звуковых или видеофайлов в стиле радио- и телепередач в Интернете.

Ридинг-группа – практика медленного чтения. По формату к ней очень близки философские кружки, действовавший при университетах и интеллектуальных салонах в XIX-XX веках.

Трансмедиа – повествование истории с помощью объединения независимых друг от друга многочисленных форм медиа. Может происходить как одновременно, так и в несовпадающие промежутки времени

Триеннале – мегавыставка, которая проводится раз в три года. Например, «La triennale di Milano».

Фандрейзинг – привлечение материальных и денежных ресурсов из различных источников для поддержки некоммерческой организации или финансирование специального социального проекта.

Школьный музей – это особая культурно-образовательная среда, в основе которой лежит экспозиция музея, как основная форма музейной коммуникации, образовательные и воспитательные цели которой осуществляются путём демонстрации музейных предметов.

Экскурсия – это коллективное посещение достопримечательных мест, музеев и прочих мест с учебными или культурно-просветительскими целями

Artist talk – это формат публичных встреч и интервью с художниками

Public talk **-** формат публичных встреч и интервью с известными людьми/

Для создания словаря использовались ресурсы:
https://postnauka.ru/
https://strelkamag.com/

Примеры культурно-просветительских программ:

I. МУЗЕЙ «МЕТРОПОЛИТАН»

Virtual Lunar New Year Festival: Year of the Ox

May art bring you good fortune! Celebrate the Year of the Ox, one of the 12 animals of the Chinese zodiac, with virtual performances, interactive activities, and artist-led workshops for all ages. Join us online for a daylong festival on Saturday, February 13, and for related activities from February 6 through 16.

Activities are free, and no registration is required unless otherwise noted.
The schedule is also available in Simplified Chinese, Spanish, and Korean.

PERFORMANCE

IP-CHUM with The New York Korean Performing Arts Center

Celebrate with a dance and musical performance by The New York Korean Performing Arts Center in The Met's Astor Court. *Please note: This program is prerecorded.*

ART MAKING

Saturday Sketching Live

Saturday, February 13, 1–1:45 pm

Join us on Instagram Live to get inspired by works of art from The Met collection and experiment with different drawing approaches in celebration of Lunar New Year. Tag us at @MetTeens to be featured on the Met Teens Instagram account. Recommended for ages 13–18.

Suggested materials:

- Paper
- Pencil

DIY Confetti Poppers (English and Korean)

Light up the sky with a nature-inspired confetti popper made with teaching artist Maria Yoon. *Please note: This program is prerecorded. It is offered in both English and Korean.*

Suggested materials:

- Toilet paper rolls
- Tissue paper
- Scissors
- Glue or tape
- String of varying texture and length
- Markers
- Balloons (optional)

Design a Zodiac Charm

Create your own zodiac animal charm to wear as you dance into the New Year with teaching artist Padma Rajendran. *Please note: This program is prerecorded.*

Suggested materials:

- Paper
- Scissors
- Glue or tape
- String of varying texture and length
- Markers
- Recycled materials or found objects

Dazzling Dragon Puppet (English and Mandarin)

Dragons are believed to possess great power, dignity, fertility, and wisdom. Create a dragon puppet for good luck with teaching artist Chemin Hsiao. *Please note: This program is prerecorded. It is offered in both English and Mandarin.*

Suggested materials:

- Egg carton
- Colored paper
- Craft or popsicle sticks
- Buttons
- Paint and brushes

- Scissors
- Glue or tape

COMMUNITY CONNECTIONS AND TALKS

What Does Lunar New Year Mean to You?

Members of The Met's Advisory Committee on Cultural Engagement and the Department of Asian Art share their families' Lunar New Year traditions. *Please note: This program is prerecorded.*

Chinatown Bingo

Mark your virtual Bingo board as you gather Lunar New Year gifts, decorations, and food from Manhattan's Chinatown's small businesses. Share what you uncover on social media using #MetLunar. Learn more.

RELATED ACTIVITIES

The following activities occur before or after the main February 13 festival.

***From Chinatown, with Love* Calendar**

Saturday, February 6

Highlighting and building on the resilience of Manhattan's Chinatown community, The W.O.W. Project, Abrons Arts Center, Welcome to Chinatown, and photographer Mischelle Moy (梅雪莹) have collaborated on a 12-month Lunar New Year photo calendar featuring Chinatown businesses. Spend $20 or more in one of 18 Chinatown businesses on February 6 to receive a free calendar! First come, first served while supplies last. Learn more.

Insider Insights—*Celebrating the Year of the Ox* (Mandarin and English)

Monday, February 8 and 15, 12–12:10 pm (Mandarin)

Monday, February 8 and 15, 12:15–12:25 pm (English)

Join Jason Sun, Brooke Russell Astor Curator of Chinese Art, The Met, to explore the exhibition *Celebrating the Year of the Ox*, presenting depictions of oxen and water buffalo created by artists in the last 3,000 years. *Please note: This program is prerecorded. It is offered in both Mandarin and English.*

Virtual Exhibition Tour—*Masters and Masterpieces: Chinese Art from the Florence and Herbert Irving Collection* (Mandarin and English)

Tuesday, February 9 and 16, 12–12:10 pm (Mandarin)

Tuesday, February 9 and 16, 12:15–12:25 pm (English)

Join Pengliang Lu, Associate Curator, Asian Art, The Met, for an in-depth look at *Masters and Masterpieces: Chinese Art from the Florence and Herbert Irving Collection*, a group of 18th-century jade and bamboo works that have never before been on display. *Please note: This program is prerecorded. It is offered in both Mandarin and English.*

Met Memory Café

Wednesday, February 10, 2–3 pm

Brew a cup of coffee or tea and gather around art to chat, share, and stretch! This special session is connected to Lunar New Year. For individuals living with dementia, together with their family members or care partners. Reservations are required. Contact 212-650-2010 or access@metmuseum.org to register and receive instructions for joining us online.

Storytime with The Met—*Cat and Rat* with Ed Young

Thursday, February 11, 12–12:15 pm

Look, listen, sing, and have fun with Storytime from home! Join us for a picture-book reading and activity connected to The Met collection. In this special edition, author and illustrator Ed Young reads *Cat and Rat.* Recommended for families with children ages 18 months to 6 years. *Please note: This program is prerecorded.*

RELATED EXHIBITIONS

Chinese Painting and Calligraphy Up Close

December 21, 2020–June 27, 2021

Celebrating the Year of the Ox

January 30, 2021–January 17, 2022

Masters and Masterpieces: Chinese Art from the Florence and Herbert Irving Collection

January 30, 2021–June 5, 2022

Lunar New Year Festival: Year of the Ox has been made possible, in part, by Council Member Keith Powers.

II. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭРМИТАЖ

Лекторий

Абстракция – путь в неведомое

Лектор – В.Б. Губина. По четвергам в 19.00 с 18 марта по 1 апреля.

С чего началась абстракция, как складывался путь беспредметного искусства на протяжении XX века, какие новые грани оно обрело в процессе развития и как абстракция определяет себя сейчас – на эти вопросы призван ответить следующий цикл лекций.

Лекции пройдут на платформе Zoom, предусмотрена возможность задавать лектору вопросы. За один час до начала мероприятия на электронный адрес, указанный при оформлении заказа, придёт ссылка для присоединения к лекции в Zoom, где необходимо будет пройти регистрацию. Обратите внимание: ссылка уникальна и позволяет подключиться только с одного устройства. Запись лекции не предусмотрена.

Календарь
18 марта 2021, 19.00 – Первоначала абстракции
25 марта 2021, 19.00 – Абстракция в развитии
01 апреля 2021, 19.00 – Границы абстракции

III. ТРЕТЬЯКОВСКАЯ ГАЛЕРЕЯ

Лекции и дискуссии в рамках выставки «Архип Куинджи» 17 ноября 2018 09 февраля 2019

Лекция 17 ноября 2018 г.
Архип Куинджи – романтик и новатор

Куинджи всем очень хорошо знаком как художник второй половины 19 века, продолжающий линию романтического пейзажа. Но его можно рассматривать ещё и как мастера с феноменальным зрением. Он демонстрирует в своих картинах необычную оптику: преувеличенная яркость тонов, сильные контрасты, очень точные соотношения светлого и темного. Это было новым для русской живописи и вызывало вопросы — не случайно современники подозревали Куинджи в использовании цветных фильтров и в тайной подсветке картин на выставках.

На лекции будет рассказано о том, как Куинджи связан с романтизмом, какие научные открытия 19 века могут иметь отношение к его удивительному зрению, и как в работах мастера появляются черты, которые будут развиваться в живописи модерна — и не только.

Лекция 24 ноября 2018
Русская религиозная философия и Христос в Гефсиманском саду

Русская религиозная философия берет свое начало с издания сборника «Вехи» в 1909 году, где был обозначен переход от социально ориентированной мысли к религиозной. Философы рассуждали скорее не о человеке среди других людей, а о бытии и месте личности в нем. Главным стержнем такой философии является не интеллект, а метафизическое чувство, способное удерживать полноту смысла. Русский религиозный мыслитель Семен Франк писал о познании: «На долю активности индивидуальной человеческой душевной жизни приходится лишь стремление к познаванию и усилие познания, самый акт осуществленного познания есть чистый дар, обретаемый личностью извне, – акт приобщения личности к свету, сущему вне ее». Куинджи удалось предвосхитить этот поворот в своем творчестве. Картина «Христос в Гефсиманском саду» способна сообщить больше, чем слова— энергия света приводит нас к событию прикосновения со смыслом.

Лекция 01 декабря 2018
Философский пейзаж как отношение человека к миру

Пейзаж привычно рассматривать как художественное решение, как некий жанр, в котором работает художник. В условиях современного искусства пейзаж может считаться приемом, но для художников эпохи Куинджи он не измерялся исключительно эстетическими свойствами. В пейзаже проявлено определенное отношение художника к жизни. Философ Ханс Георг Гадамер высказывал следующую мысль: «Натюрморт и пейзаж, почти единый с ним в своих истоках, – вот, пожалуй, с чего началось онемение в европейской живописи». Если историческая живопись пытается сообщить зрителю что-то, высказать, то пейзаж уходит от языка. Через него художник прислушивается к природе и настраивает свою гармонию с миром, предоставляя ему возможность самостоятельно раскрыться на полотне. Дискуссия развернется в русле рассуждений о философском смысле пейзажа: репрезентации отношения человека к окружающему его миру.

IV. PADOVA UNIVERSITY

SCIENCE POPULARIZATION
Tools and strategies to communicate effectively

Science popularization implies to bring science to the general public, to disseminate scientific knowledge and to foster ascientific way of thinking among people. In particular science popularization refers to public understanding of science and public communication of research projects. In this way science popularization is a powerful tool and a strategic measure to build a modern society, not only disseminating all the main useful knowledge and skills but spreading a general approach and a common culture. In general conflicts between science community and public opinion are connected to people’s distrust but also to scientists’ prejudice. In fact many scientists believe that the general public is not qualified to understand scientific issues even though the barrier is often due to the use of technical jargon and wrong communication. On the contrary every topic can be the object of science popularization, it just depends on the communication skills of who is in charge of the dissemination.

THE TRAINING

This training provides PhD students with the basic knowledge on how to effectively communicate the goals and the results of research projects. Taking into account the scenario, the different targets and the specificity of each subject, the learning program delves into the use of the proper language and into the selection of appropriate contents and messages. The program also develops an analysis of the involvement of science in the information process and it examines public opinion expectations considering the essential role of media as a fundamental intermediary between the scientific community and the public. The training then aims to illustrate how to endorse research starting from its complexity, not only the sectors with most direct impact on the daily lives, but also those less visible or hardly perceptible. For this reason the program includes simulations and exercises in the classroom and direct involvement of the participants who will be able to experiment with different

forms of communication the presentation of their research activities in relation to the different targets and contexts.

THE PROGRAM

April: 6th – 13th – 20th – 27th

May: 4th – 11th – 18th – 25th

June: 1th – 8th h 16.30 - 18.30 – Aula Pezzuoli – Surgical clinic III, sixth floor of University hospital

Introduction to communication

Scenario – Goals and strategies – Target and audience – Tools and timing

Messages and contents

Selection of contents and messages – Communication path and main steps – Catching public opinion's attention

Science popularization

The use of proper language – Distinction between the known and the unknown – Communicating what is invisible

Communicating science to an audience

Visual communication – Verbal communication – Body language – Gaining audience confidence

Communicating through the mass media

Media framework – News and information flow – Interviews and press conferences

LECTURER

Elisabetta Mutto Accordi is a communication consultant focusing on science popularization and sustainable development. She holds seminars at different universities and she works with organizations and companies. As freelance journalist she runs a news column on sustainable development for an Italian national newspaper.

Список культурно-просветительских проектов в Интернете

https://arzamas.academy/

Arzamas.academy – проект, посвященный истории культуры.

https://postnauka.ru

ПостНаука – это проект о современной фундаментальной науке и учёных, которые её создают, о популяризации научных знаний. Основная идея проекта в том, что авторами выступают сами учёные, которые говорят об исследованиях от первого лица.

https://antropogenez.ru/

Антропогенез.ру – российский научно-просветительский портал, посвящённый происхождению человека.

https://www.ted.com/

TED (аббревиатура от англ. technology, entertainment, design; технологии, развлечения, дизайн) – американский частный некоммерческий фонд, известный прежде всего своими ежегодными конференциями TED Talks.

https://elementy.ru/

Элементы.ру – онлайн-составляющая научно-популярного проекта «Элементы», стартовавшего в 2005 году при активной поддержке фонда Дмитрия Зимина «Династия».

Модельный стандарт услуги по организации и проведению культурно-массовых мероприятий

Стандарт цитируется по изданию: Сборник методических рекомендаций по разработке стандартов качества услуг в сфере культуры. – М. 2016.

Методические рекомендации разработаны Научно-образовательным Центром «Гражданское общество и социальные коммуникации» Института гражданской службы и управления РАНХиГС совместно сАвтономной некоммерческой организацией по развитию исследований и проектов в области культуры и искусства «Новый институт культурологии» при участии Новосибирской государственной областной научной библиотеки.

1. Область применения

Настоящий стандарт устанавливает основные требования, обеспечивающие соответствие назначению услуги по организации и проведению культурно-массовых мероприятий, предоставляемой учреждениями культуры и искусства, а также основные положения, определяющие качество услуги и требования к качеству ее предоставления.

Стандарт распространяется на услугу, оказываемую населению учреждениями культурно-досугового типа и учреждениями культуры, предоставляющими услугу по организации и проведению культурно-массовых (культурно-досуговых, информационно-просветительских) мероприятий и носит рекомендательный характер.

Требования стандарта подлежат соблюдению учреждениями культурно-досугового типа соответствующей подведомственности.

2. Нормативные ссылки

В настоящем стандарте использованы нормативные ссылки на следующие стандарты:

ГОСТ Р 1.4-2004. Стандартизация в Российской Федерации. Стандарты организаций. Общие положения качества.

ГОСТ Р 12.0.008-2009. Система стандартов безопасности труда. Система управления охраной труда в организациях. Проверка (аудит).

ГОСТ Р 12.1.019-2009. Система стандартов безопасности труда. Электробезопасность. Общие требования и номенклатура видов защиты.

ГОСТ Р 22.3.03-97. Безопасность в чрезвычайных ситуациях. Защита населения. Основные положения.

ГОСТ Р 9000-2008. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь.

ГОСТ Р 9004-2010. Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества.

ГОСТ Р 50646-94. Услуги населению. Термины и определения.

ГОСТ Р 52113-2003. Услуги населению. Номенклатура показателей.

ГОСТ Р 52169-2003. Оборудование детских игровых площадок. Безопасность

конструкции и методы испытаний. Общие требования.

ГОСТ Р 52301-2004. Оборудование детских игровых площадок. Безопасность при эксплуатации. Общие требования.

ГОСТ Р 52872-2007. Интернет-ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению.

ГОСТ Р 52875-2007. Указатели тактильные наземные для инвалидов по зрению.

Технические требования (п. 4.3).

ГОСТ Р ЕН 13779-2007. Вентиляция в нежилых зданиях. Технические требования к системам вентиляции и кондиционирования.

ГОСТ 12.1.004-91. Система стандартов безопасности труда. Пожарная безопасность. Общие требования.

3. Термины и определения

В настоящем стандарте применены термины по ГОСТ Р 50646, ГОСТ Р 52113,

ГОСТ Р 9000, а также следующие термины с соответствующими определениями:

3.1. Культурно-досуговое мероприятие: массовое мероприятие, направленное на удовлетворение духовных, эстетических, интеллектуальных и других потребностей населения в сфере культуры и досуга, содействия свободному участию граждан в культурной жизни общества, приобщения к культурным ценностям, проводимое в специально определенных для этого местах (в помещениях, на территориях, а также в зданиях, сооружениях, на прилегающих к ним территориях, предназначенных (в т.ч. временно) или подготовленных для проведения такого мероприятия).

3.2. Информационно-просветительское мероприятие: массовое мероприятие, направленное на удовлетворение информационных, интеллектуальных и других потребностей населения в сфере культуры, содействие просвещению и свободному участию граждан в культурной жизни общества, проводимое в специально определенных для этого местах (в помещениях, на территориях, а также в зданиях, сооружениях, на прилегающих

к ним территориях, предназначенных (в т.ч. временно) или подготовленных для проведения такого мероприятия).

3.3. Услуга по организации и проведению культурно-массового мероприятия:

результат непосредственного взаимодействия исполнителя с массовым потребителем (с группой потребителей) услуги, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению духовных, эстетических, информационных и интеллектуальных потребностей в сфере культуры и досуга, содействия просвещению и свободному участию граждан в культурной жизни общества, приобщения к культурным ценностям.

3.4. Исполнитель: учреждение культуры и искусства, предоставляющее услуги по организации и проведению культурно-массовых мероприятий.

3.5. Потребитель: физическое или юридическое лицо, присутствующее (принимающее участие) в культурно-массовом мероприятии.

3.6. Услуга: услуга по организации и проведению культурно-массового мероприятия.

3.7. Место проведения мероприятия: помещения, территории, здания, сооружения, включая прилегающую территорию, предназначенные (в т.ч. временно) или подготовленные для проведения культурно-массового мероприятия.

4. Характеристика услуги

4.1. Услуга по организации и проведению культурно-массовых мероприятий предусматривает:

− подготовку культурно-массового мероприятия;

− проведение культурно-массового мероприятия;

− обеспечение условий проведения культурно-массового мероприятия внутри помещений (организация доступа и предоставление зрительных мест всем посетителям культурно-массового мероприятия, обеспечение пожарной безопасности, охрана общественного порядка);

− обеспечение условий проведения культурно-массового мероприятия вне помещений (обустройство мест проведения мероприятий и их уборка по окончании мероприятий, обеспечение пожарной безопасности, обеспечение работы бригады скорой медицинской помощи, охрана общественного порядка и т.д.).

4.2. Услуга по организации и проведению культурно-массовых мероприятий подразделяется на:

− организацию и проведение культурно-досуговых мероприятий;

− организацию и проведению информационно-просветительских мероприятий.

4.3. Культурно-досуговые мероприятия могут предоставляться в следующих основных формах: организация и проведение вечеров, балов, праздников, игровых программ, шоу-программ, обрядов и ритуалов в соответствии с местными обычаями и традициями, фестивалей, концертов, конкурсов, смотров, викторин, выставок, ярмарок, лотерей, корпоративных мероприятий, карнавалов, шествий, аукционов, народных гуляний, спортивно-

оздоровительных мероприятий, цирковых и театрализованных представлений, спектаклей, благотворительных акций, демонстраций кинофильмов, видеопрограмм, фейерверков, протокольных мероприятий, организация работы игровых комнат для детей (с воспитателем на время проведения мероприятий для взрослых).

4.4. Информационно-просветительские мероприятия могут предоставляться в следующих основных формах: организация и проведение литературно-музыкальных, видео-гостиных, встреч с деятелями культуры, науки, литературы, форумов, конференций, симпозиумов, съездов, круглых столов, семинаров, мастер-классов, экспедиций, лекционных мероприятий, презентаций.

4.5. Перечень форм организации и проведения культурно-массовых мероприятий может быть расширен исполнителем в зависимости от специфики обслуживаемого контингента потребителей, вида учреждения культуры и искусства (в соответствии с уставом исполнителя).

4.6. Потребителями услуги по организации и проведению культурно-массовых мероприятий могут быть юридические и физические лица (услуги предоставляются всем гражданам вне зависимости от пола, возраста, национальности, образования, социального положения, политических и религиозных убеждений).

В отдельных случаях для несовершеннолетних граждан могут быть установлены ограничения доступа к услуге, которые регламентируются внутренними документами исполнителя.

4.7. Основанием для оказания услуги потребителю является: приобретенный входной билет (абонемент), документ, в соответствии с действующим законодательством, удостоверяющий право на предоставление льготного посещения учреждения в случае предоставления услуги за плату – для физических лиц; договор – для юридических лиц.

4.8. Основаниями для отказа в получении услуги могут быть:

− нахождение потребителя услуги в социально неадекватном состоянии (враждебный настрой, агрессивность, проявление насилия, алкогольное, наркотическое или токсическое опьянение и др.);

− отсутствие билета (абонемента) на предоставление услуги (в случае предоставления услуги за плату);

− обращение потребителя услуги за получением услуги в дату и/или время, не соответствующую дате и/или времени посещения, указанной в билете (абонементе, приглашении и т.д.) (за исключением случаев переноса исполнителем даты и/или времени проведения мероприятия в силу форс-мажорных обстоятельств);

− отсутствие договора – для юридического лица.

4.9. Предоставление услуги может быть приостановлено в случаях:

− внезапно возникшей аварийной ситуации в помещениях (на территориях), в / на которых осуществляется предоставление услуги;

− создания реальной угрозы нормальному функционированию учреждению или организациям, расположенным вблизи места проведения

культурно-массового мероприятия, а также угрозы безопасности потребителей услуг и нарушения общественного порядка;

− внезапно возникших природных катаклизмов, влияющих на безопасность деятельности учреждения и оказания услуг;

− противоречия содержания мероприятия общепринятым нормам общественной морали и нравственности:

а) пропаганда порнографии, употребления табака, алкогольных напитков и пива, а также иных вредных привычек;

б) пропаганда насилия, национальной и религиозной нетерпимости, терроризма и других проявлений экстремизма.

4.10. Ограничения доступа к услуге и основания для отказа в предоставлении услуги, а также перечень документов, предоставляемых потребителем для получения услуги, отражаются в уставе исполнителя и регламенте предоставления услуги.

4.11. Регламент предоставления услуги согласовывается с учредителем и утверждается руководителем учреждения.

5. Общие требования к услуге по организации и проведению культурно-массовых мероприятий

5.1. С учетом условий оказания услуг по организации и проведению культурно-массовых мероприятий общие требования к услугам включают следующее (ГОСТ Р 1.4):

− соответствие услуги целевому назначению;

− социальную адресность;

− комплексность услуги;

− эргономичность и комфортность услуги;

− эстетичность услуги;

− точность и своевременность предоставления услуги;

− информативность услуги;

− безопасность услуги для жизни и здоровья обслуживаемого населения и персонала исполнителя, а также сохранность имущества обслуживаемого населения;

− организацию предоставления услуги;

− требования к персоналу учреждения-исполнителя и культуре обслуживания;

− контроль и оценку качества предоставления услуги.

5.2. Соответствие услуги целевому назначению.

Услуга по организации и проведению культурно-массовых мероприятий должна соответствовать своему целевому назначению, т.е. должна быть направлена на удовлетворение духовных, интеллектуальных, эстетических, информационных и других потребностей населения в сфере культуры и досуга, содействие просвещению, свободному участию граждан в культурной жизни общества, приобщение к культурным ценностям.

5.3. Требования к порядку и условиям оказания Услуги.

Учреждение может предоставлять Услугу при соблюдении следующих условий:

− укомплектованности Учреждения квалифицированными кадрами;

− наличия материально-технического обеспечения (помещения, технического оборудования, музыкальных инструментов, художественного оформления, сценических костюмов);

− наличия обслуживающего и технического персонала Учреждения, участвующего в предоставлении Услуги;

− соблюдения точности и своевременности предоставления Услуги: Учреждение должно оказывать выбранный Получателем вид Услуги в сроки, установленные действующими правилами оказания Услуги или договором об оказании Услуги.

Для получения Услуги гражданам необходимо в назначенное время лично явиться к месту проведения культурно-массового мероприятия. Для заключения договора на оказание Услуги на возмездной основе необходимо обратиться в Учреждение в рабочее время.

Предоставление Услуги носит массовый характер и не требует от Получателя предоставления специальных документов.

В случае предоставления Услуги на платной основе Получатель должен предъявить дежурному по залу или администратору приобретенный билет.

На всех этапах реализации Услуги (планирования, разработки, рекламирования, предложения, востребования) должны учитываться актуальность, современность методов, форм и способов исполнения, полезность и соответствие спросу, информативность и содержательность, художественный уровень.

Деятельность Учреждения по предоставлению Услуги должна удовлетворять духовные, эстетические потребности Получателей, способствовать повышению их культурного уровня.

Требования к организации культурно-массовых мероприятий в помещениях.

Учреждение, оказывающее услугу, должно информировать жителей и гостей населенного пункта о предстоящем культурно-массовом мероприятии через афиши, публикации в СМИ с указанием места проведения мероприятия, времени начала мероприятия и контактного телефона для справок не менее чем за 5 дней до проведения мероприятия.

Учреждение, оказывающее услугу, должно предоставлять информацию о месте проведения культурно-массового мероприятия, других аспектах проведения мероприятия по телефонному обращению жителей и гостей населенного пункта. Телефонные консультации должны быть доступны не менее четырех часов в день со дня публичного объявления о проведении мероприятия.

Помещения, в которых проводятся культурно-массовые мероприятия, должны соответствовать требованиям пожарной безопасности.

5.4. Требования к материально-техническому обеспечению Услуги.

Учреждение должно быть размещено в специально предназначенных или приспособленных помещениях, доступных для населения.

Здание должно иметь удобный подъезд и следующие помещения:

− зрительный зал;
− фойе;
− репетиционные помещения для групповых и индивидуальных занятий;
− площади для организации выставок;
− костюмерные;
− административные и технические помещения;
– вспомогательные (служебные) помещения.

Учреждение должно быть технически оснащено и иметь оргтехнику, световое, звукоусилительное оборудование, кино- или видеоаппаратуру, аудиотехнику.

Учреждение должно быть оснащено оборудованием, аппаратурой и приборами, отвечающими требованиям стандартов, техническим условиям, другим нормативным документам и обеспечивающими надлежащее качество предоставляемой Услуги.

Оборудование, приборы и аппаратуру следует использовать строго по назначению в соответствии с эксплуатационными документами, содержать в технически исправном состоянии.

Неисправное оборудование, приборы и аппаратура должны быть заменены, отремонтированы (если они подлежат ремонту) или изъяты из эксплуатации.

Учреждение должно иметь музыкальные инструменты, сценические костюмы, реквизит для проведения культурно-массовых мероприятий.

5.5. Социальная адресность.

Социальная адресность услуги по организации и проведению культурно-массовых мероприятий предусматривает:

− обеспеченность услугой и доступность для потребителей различных социально значимых категорий (в т.ч. детей, людей с ограниченными физическими возможностями и др.);

− соответствие услуги ожиданиям и физическим возможностям различных групп потребителей, включая методы и формы обслуживания, профессиональный уровень обслуживающего персонала, номенклатуру и содержание оказываемых услуг;

− наличие в правилах обслуживания определенных льгот и условий для социально значимых категорий потребителей.

Социальную адресность услуги учитывают при проектировании зданий и помещений, а также прилегающих территорий учреждений культуры и искусства, установлении режима работы, выборе методов обслуживания, формировании номенклатуры и определении содержания услуги и др.

5.6. Комплексность, эргономичность и комфортность услуги.

При организации и проведении услуги исполнитель должен обеспечить возможность не только присутствия (участия) потребителей на / в культурно-массовых мероприятиях, но и получения сопутствующих услуг (организация точек питания, туалетов, контейнеров для твердых бытовых отходов, торговли тематической сувенирной, книжной, музыкальной, видеопродукцией и т.д.), создающих условия для более полного удовлетворения потребностей населения

в сфере культуры и досуга, содействия свободному участию граждан в культурной жизни общества, просвещения, приобщения к культурным ценностям.

При оказании услуги должны быть обеспечены комфортные условия для потребителей в процессе обслуживания, включая удобство места проведения мероприятия, оснащение необходимым оборудованием и аппаратурой с учетом специфики услуги.

При оказании услуги внутри помещений должно быть обеспечено соблюдение требований комфортности и эргономичности, установленных для соответствующих помещений в учреждениях культуры и искусства (ГОСТ Р ЕН 13779, ГОСТ Р 52872, ГОСТ Р 52875).

При оказании услуги вне помещений должно быть обеспечено соблюдение требований комфортности и эргономичности, установленных для соответствующих территорий.

5.7. Эстетичность услуги.

Эстетичность услуги должна обеспечиваться:

− соответствием планировочных решений и оформления мест проведения мероприятий их функциональным требованиям и композиционной, в том числе архитектурной, целостности и гармоничности;

− гармоничностью оформления информационных и других материалов, размещаемых внутри и вне помещений учреждения;

− аккуратностью, чистотой и опрятностью внешнего вида работников, занятых в оказании услуг.

5.8. Точность и своевременность предоставления услуги.

Услуга должна отвечать требованиям точности и своевременности, включая соблюдение установленного режима работы учреждения, установленных (заявленных) сроков организации и проведения культурно-массовых мероприятий, соблюдение

действующих правил предоставления услуги и (или) согласованных условий договора

(контракта) об оказании услуги.

5.9. Информативность услуги.

Информирование об услуге должно осуществляться исполнителем:

− непосредственно в помещениях учреждения в установленном для потребителя месте, на сайтах в сети Интернет (с учетом ГОСТ Р 52872) и др.;

− дополнительно с использованием средств телефонной связи, с использованием информационных средств внешней рекламы, СМИ и др.

Информативность услуги предполагает полное, достоверное и своевременное информирование потребителя о предоставляемой услуге и деятельности учреждения.

Информация о деятельности учреждения, о порядке и правилах предоставления услуги должна отвечать требованиям полноты и достоверности, обновляться (актуализироваться) по мере необходимости, но не реже чем раз в год.

Учреждение обязано довести до сведения граждан свое наименование (в соответствии с уставом), адрес (местонахождение), адрес сайта и справочные телефоны, в том числе номер телефона-автоинформатора (при его наличии). Данная информация должна быть предоставлена любым способом, предусмотренным законодательством Российской Федерации и обеспечивающим ее доступность для населения.

В помещении на видном месте должна быть следующая информация об исполнителе:

− контактная информация о руководстве с указанием ФИО, должности, служебного телефона, времени и месте приема посетителей;

− режим и календарный план работы учреждения, контактные телефоны, адреса электронной почты, сайта в Интернете;

− структура и органы управления учреждения;

− копия устава учреждения;

− дата создания учреждения, сведения об учредителе с указанием ФИО, должности и номере служебного телефона должностного лица;

− сведения о наблюдательном или попечительском совете (при его наличии);

− кодекс профессиональной этики;

− схема расположения помещений (поэтажный план), схема эвакуации в случае

возникновения пожара и чрезвычайных ситуаций, телефоны экстренной помощи городской и сотовой связи.

На сайте должна быть размещена следующая информация:

− дата создания организации, учредители, местонахождение учреждения и его филиалов, режим – график работы, контактные телефоны и адреса электронной почты;

− копии устава учреждения, учредительных документов, лицензий на осуществление деятельности (при необходимости их наличия);

− кодекс профессиональной этики;

− структура и органы управления учреждения;

− копия плана финансово-хозяйственной деятельности организации культуры,

утвержденного в установленном законодательством Российской Федерации порядке, или бюджетной сметы (информация об объеме предоставляемых услуг);

− отчеты о своей деятельности и об использовании закрепленного за ним имущества;

− сведения о проведенных в отношении учреждения контрольных мероприятиях и их результатах;

− перечень услуг и копия документа о порядке их предоставления;

− перечень платных услуг, копия документа о порядке их предоставления;

− материально-техническое обеспечение предоставления услуг;

− гарантийные обязательства учреждения – исполнителя услуг;

− регламент (порядок) взаимодействия с потребителями, утвержденный руководителем учреждения, включающий:

а) адекватные и легкодоступные средства и формы для эффективного общения работников учреждения с посетителями;

б) информацию о правилах и условиях оказания услуг;

в) возможность получения оценки качества услуги со стороны потребителей;

г) установление взаимосвязи между предложенной услугой и реальными потребностями потребителей, включая целевые группы;

д) порядок работы с обращениями и жалобами граждан;

− обзоры мнений граждан – потребителей услуг, общественных органов и профессиональных экспертов о качестве работы организации.

Учреждения обеспечивают на своих официальных сайтах в сети Интернет техническую возможность выражения мнений потребителей о качестве оказания услуг.

В состав информации о порядке предоставления услуг в обязательном порядке должны быть включены следующие сведения:

− номенклатура, содержание и назначение предоставляемых услуг: утвержденный перечень услуг с указанием условий их оказания (краткая характеристика услуг, область их предоставления и затраты времени на их оказание), наличия льгот;

− прейскурант цен на платные услуги с указанием цен в рублях;

− регламент предоставления услуг или выписки из Устава, содержащие порядок оказания услуги, перечень документов, предоставляемых потребителем для получения услуги (если такие есть), и основания для отказа, ограничения в предоставлении или прекращения предоставления услуг;

− реквизиты и название нормативного документа, утверждающего стандарты или акты, требованиям которых должны соответствовать услуги;

− правила и условия эффективного и безопасного предоставления услуг;

− указание на конкретное лицо, которое будет оказывать услуги, и информацию о нем, если это имеет значение, исходя из характера услуг;

− другая необходимая информация, регламентируемая нормативами для определенной услуги;

− сведения о номерах телефонов, адресах официальных сайтов и электронной почты для получения дополнительной информации о предоставлении услуг, порядок получения дополнительной информации по вопросам предоставления услуг.

5.10. Исполнитель услуги должен своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию об услуге, обеспечивающую возможность их правильного выбора.

Учреждение обеспечивает открытость и доступность документов в соответствии с требованиями законодательных, нормативных правовых актов;

Указанная информация в наглядной и доступной форме должна доводиться до сведения потребителей при заключении договоров (контрактов) об оказании услуги на русском языке, а дополнительно, по усмотрению

исполнителя, на государственных языках субъектов Российской Федерации и родных языках народов Российской Федерации.

Настоящий стандарт, устав учреждения, локальный акт, регламентирующий основания для отказа в предоставлении или для прекращения предоставления услуги, и книга жалоб и предложений должны предоставляться потребителю по его требованию.

Потребителю предоставляется право получения необходимой и достоверной информации о выполняемой услуге, обеспечивающей его компетентный выбор.

5.11. Безопасность услуги для жизни и здоровья обслуживаемого населения и персонала исполнителя, а также сохранность имущества обслуживаемого населения.

Условия предоставления услуги и сама услуга должны быть безопасными для жизни и здоровья обслуживаемого населения, а также персонала учреждения.

Показатели безопасности для жизни, здоровья и имущества граждан, отражающие соответствие результата и процесса предоставления услуги требованиям по всем видам опасных и вредных воздействий, рекомендованы ГОСТ Р 52113.

Безопасность услуги должна обеспечиваться безопасностью помещений, зданий, конструкций, оборудования, инвентаря исполнителя, условий обслуживания потребителей и соблюдением персоналом санитарных и других установленных требований (ГОСТ Р 12.0.008, ГОСТ 12.1.004, ГОСТ Р 12.1.019).

Количество служебных помещений, организация рабочих мест должны соответствовать нормативным актам, стандартам, требованиям, предъявляемым к учреждениям культуры данного типа.

При организации проведения культурно-массовых мероприятий вне помещений необходимо воздерживаться от планирования указанных мероприятий вблизи от линий электропередачи высокого напряжения, газопроводов высокого давления, теплотрасс большого диаметра, особо взрыво- и пожароопасных объектов, строящихся объектов и коммуникаций.

При эксплуатации, капитальном ремонте и реконструкции зданий должны соблюдаться установленные требования (ГОСТ Р 52875, ГОСТ Р ЕН 13779)

− к водоснабжению и канализации;

− к отоплению и вентиляции;

− к пожарной безопасности;

− к пожарной и охранной сигнализации.

Электроустановки, монтируемые в зданиях и помещениях, внутри которых предусмотрено проведение культурно-массовых мероприятий, должны отвечать требованиям электробезопасности (ГОСТ Р 12.1.019).

Оборудование детских игровых площадок должно соответствовать требованиям безопасности эксплуатации (ГОСТ Р 52169, ГОСТ Р 52301).

Учреждение должно быть оснащено необходимым специальным оборудованием, аппаратурой, приборами и другими техническими средствами,

отвечающими требованиям стандартов, технических условий, других нормативных документов и обеспечивающими надлежащее качество и безопасность предоставляемой услуги.

Имеющееся в учреждении оборудование (приборы, аппаратура, технические средства, культурный инвентарь и др.) должно иметь документацию, необходимую для его эксплуатации, обслуживания и поддержания в безопасном и рабочем состоянии.

Специальное оборудование, приборы и аппаратура должны использоваться строго по назначению в соответствии с эксплуатационными документами, содержаться в технически исправном состоянии и систематически проверяться.

Неисправные специальное оборудование, приборы и аппаратура, дающие при работе сомнительные результаты, должны быть сняты с эксплуатации, заменены или отремонтированы (если они подлежат ремонту), пригодность отремонтированных должна быть подтверждена актом проверки на безопасность при эксплуатации.

При оказании услуги должна обеспечиваться сохранность имущества обслуживаемого населения.

Персонал исполнителя должен быть подготовлен к действиям в чрезвычайных обстоятельствах (ГОСТ Р 22.3.03).

5.12. Организация предоставления услуг.

Предоставление услуги для потребителя осуществляется на бесплатной и платной основах.

Стоимость платной услуги определяется исполнителем в соответствии с Основами законодательства Российской Федерации о культуре.

Потребители услуги свободно посещают учреждение, если иное не предусмотрено режимом его работы, и пользуются всеми предоставляемыми услугами.

Режим работы учреждения регламентируется локальным нормативным актом учреждения или вышестоящих органов и настоящим стандартом с учетом максимальной возможности для потребителей пользоваться услугами учреждения в соответствии с Правилами внутреннего трудового распорядка.

В соответствии с регламентом предоставления услуги исполнитель:

− разрабатывает документы по организации и проведению культурно-массового мероприятия (программу мероприятия, план-схему, сценарный план и т.д.);

− уведомляет и проводит согласование с органами исполнительной власти (органами местного самоуправления) возможности и параметров проведения мероприятия (в случаях, когда мероприятия проводятся вне помещений и территории исполнителя и требуют оказания содействия со стороны различных ведомств (органов внутренних дел, органов здравоохранения и др.);

− проводит необходимую работу по техническому и материальному обустройству места проведения мероприятия (установка сцен, их оформление, оборудование звукоусиливающей аппаратурой, энергоснабжение, обустройство мест для зрителей, точек питания, туалетов, контейнеров для твердых бытовых отходов, торговли тематической сувенирной, книжной, музыкальной,

видеопродукцией, условий для работы медицинского персонала и сотрудников правоохранительных органов) и обеспечивает при этом соблюдение правил техники безопасности и противопожарной безопасности;

− проводит необходимую работу по подготовке культурно-массового мероприятия (организует (координирует) репетиционный процесс и т.д.);

− в установленном порядке размещает информацию о предполагаемом проведении культурно-массового мероприятия;

− размещает в общедоступных для потребителей услуги местах на территории проведения мероприятия правила пользования услугой (правила поведения на территории учреждения);

− утверждает расстановку ответственных лиц по определенным местам, выставляет контрольно-распорядительную службу перед началом проведения культурно-массового мероприятия, а также осуществляет проверку готовности места проведения мероприятия (зданий, помещений, территорий) к проведению культурно-массового мероприятия;

− проводит культурно-массовое мероприятие (в т.ч. организует работу персонала и соблюдение установленных мер безопасности, в том числе пожарной и санитарной, обеспечение необходимых условий для организации оказания медицинской помощи и т.д.);

− в случае возникновения в ходе подготовки или проведения мероприятия предпосылок к совершению террористических актов, экстремистских проявлений, беспорядков и иных опасных противоправных действий незамедлительно сообщает об этом должностным лицам правоохранительных органов, осуществляющих обеспечение безопасности граждан на мероприятии, оказывает им необходимую помощь и неукоснительно выполняет их указания;

− обеспечивает уборку места проведения культурно-массового мероприятия по окончании культурно-массового мероприятия.

Процессы предоставления услуги на каждом этапе жизненного цикла должны соответствовать процедурам (регламенту, порядку и др.), установленным техническими условиями, методиками, инструкциями и другими документами, разработанными и утвержденными учреждением или вышестоящими органами.

Требования к объему и качеству предоставляемой услуги утверждаются ежегодно в государственном (муниципальном) задании.

5.13. Требования укомплектованности учреждения специалистами и их квалификации.

Учреждение должно располагать необходимым составом специалистов в соответствии со штатным расписанием учреждения данного типа.

Организационно-функциональная структура исполнителя должна обеспечивать распределение обязанностей и ответственности персонала исходя из возможности:

− выполнения заданного объема услуги при установленном качестве;

− соблюдения квалификационных требований к персоналу исполнителя;

− обеспечения безопасности для жизни и здоровья граждан, окружающей среды, а также предотвращения причинения вреда имуществу граждан (техника

безопасности, пожарная безопасность, охрана окружающей среды, действия в чрезвычайных ситуациях и др.).

Образование, квалификация, стаж работы, возраст и другие профессиональные характеристики работников, занятых в оказании услуг, должны соответствовать установленным требованиям к соответствующим категориям персонала учреждения.

У специалистов каждой категории должны быть должностные инструкции, устанавливающие их права, обязанности и ответственность. В инструкции должна стоять подпись, расшифровка подписи и дата ознакомления специалиста с инструкцией и вносимыми в нее изменениями.

Руководитель должен способствовать развитию кадрового потенциала учреждения, росту профессионального уровня работников, проводить необходимые мероприятия по обеспечению соответствия профессиональной пригодности персонала занимаемой должности (включая повышение квалификации персонала на базе специальных учебных организаций, проведение аттестации специалистов.

5.14. Требования к нормативному обеспечению учреждения, предоставляющего услугу, включают наличие следующих необходимых документов:

− устава учреждения;

− локальных актов, регламентирующих деятельность учреждения;

− регламентов предоставления услуг;

− национальных (государственных) стандартов в области культуры и искусства, стандартов организации при их наличии;

− эксплуатационных документов на оборудование, приборы и аппаратуру учреждения;

− законодательных документов, приказов и распоряжений руководителя учреждения и вышестоящих органов управления.

Устав учреждения должен включать в себя следующие сведения:

− о юридическом статусе (указание на организационно-правовую форму и форму собственности), учредителе, наименовании и местоположении;

− о предназначении учреждения (предмет, виды, организация деятельности учреждения, цели и основные задачи деятельности учреждения, категории обслуживаемых лиц);

− об источниках финансирования, ведомственной принадлежности и подчиненности;

− о структурных подразделениях, основных направлениях их деятельности;

− о правах и обязанностях учреждения, его ответственности;

− об управлении учреждением, перечне нормативных актов (положений), регламентирующих деятельность учреждения;

− о порядке реорганизации и ликвидации учреждения.

К уставу учреждения прилагается перечень локальных актов, регламентирующих деятельность учреждения, его структурных подразделений.

Регламенты предоставления услуг – документы, представляющие совокупность правил, определяющих порядок работы учреждения, описание процессов, видов деятельности по предоставлению услуги и требования к результату оказания услуги.

Стандарты составляют нормативную основу требований к условиям, процессам, результату предоставления услуги.

Эксплуатационные документы на имеющееся в учреждении оборудование, приборы и аппаратуру должны способствовать обеспечению их нормальной и безопасной эксплуатации, обслуживанию и поддержанию в рабочем состоянии.

Прочие документы: технический и энергетический паспорт учреждения и другие в соответствии с нормативными актами вышестоящих органов управления.

В учреждении должен быть утвержден регламент осуществления постоянного

пересмотра документов, подразумевающий включение в них необходимых изменений и изъятие из обращения устаревших.

5.15. Контроль и оценка качества предоставления услуги.

Руководитель должен обеспечивать развитие учреждения, способствовать развитию системы менеджмента качества предоставления услуг (ГОСТ Р 9004), осуществлять внутренний контроль предоставления услуг на их соответствие утвержденным (учреждением, вышестоящими органами управления, надзорными организациями) требованиям (стандартам, регламентам и другим нормативным документам), ожиданиям потребителя. Порядок (регламент) и сроки осуществления контроля, показатели оценки качества предоставления услуг и эффективности деятельности учреждения утверждаются руководителем учреждения.

При контроле и оценке соблюдения общих требований к услуге следует руководствоваться ГОСТ Р 52113 в целях:

− определения соответствия качества услуги (процесса предоставления услуги, условий учреждения культуры и искусства, персонала, занятого в оказании услуги, результата оказания услуги) требованиям нормативной документации и/или потребителя;

− установления факторов (условий), способствующих достижению требуемого уровня качества услуги;

− сравнительной оценки (ранжирования) качества выполнения услуги различными исполнителями.

Номенклатура показателей качества услуги устанавливается в соответствии с региональной системой оценки качества в сфере культуры, настоящих стандартов и ГОСТ Р 52113 с учетом условий оказания услуги.

Контроль за соблюдением требований к услуге должен быть внутренним и внешним.

Внутренний контроль качества услуги проводит руководство учреждения или по его инициативе специально уполномоченное структурное подразделение, штатная единица, либо потребитель в соответствии с условиями

договора (контракта). Объектами контроля являются процедуры управления, условия, процесс предоставления и результат оказания услуги.

Внешний контроль качества предоставления услуги проводят:

− учредитель в пределах своих компетенций, путем анализа и сравнения фактического предоставления учреждением услуги и ее соответствия данному стандарту, а также путем определения степени удовлетворенности потребителей качеством услуги;

− общественный и экспертный советы в пределах своих компетенций и в соответствии с положением о системе независимой оценки качества деятельности организаций культуры;

− иные учреждения (организации), обладающие контрольными полномочиями в соответствии с положениями действующего законодательства.

Основой оценки качества оказания услуг является уровень удовлетворенности потребителей оказанной услугой.

Уровень удовлетворенности определяется изучением мнений различных групп потребителей (населения) и работников учреждений о качестве и доступности предоставленных услуг.

Учреждение проводит изучение мнений потребителя самостоятельно (в форме опроса, анкетирования потребителей, мониторинга отзывов потребителей на сайте учреждения, анализа книги предложений и т.п.) или привлекает специализированные организации (учреждения) с целью проведения социологических исследований.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература:

1. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – Екатеринбург, 1998.
2. Ильин Г.Л. Инновации в образовании: Учебное пособие /Г.Л. Ильин. – М.: Прометей, 2015.
3. Кругликов Г.И. Методика профессионального обучения с практикумом: учебное пособие для высших учебных заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2005.
4. Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 1,2 / Отв. ред. В.Г. Андреенков, О.М. Маслова. – М.: Наука, 1990.
5. Соколова М.В. Музейная педагогика. М.: Юрайт, 2020.
6. Юхневич, М. Ю. Я поведу тебя в музей: учебное пособие по музейной педагогике. – М.: Норинт, 2001.
7. McRae Murdo William. The Literature of Science: Perspectives on Popular Scientific Writing. – Athens: The University of Georgia Press, 1993.

Дополнительная литература:

1. Аверьянов Л. Социология: искусство задавать вопросы. – М., 1998.
2. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологических исследований. – М.: Аспект Пресс, 1995.
3. Биттер М.В., Симбирцева Н.А. Культурно-просветительская деятельность (к вопросу о содержании понятия)//Человек в мире культуры. Региональные культурологические исследования. – 2017. – №2/3 (21). – С. 226-230.
4. Бондаревская Е. В. Воспитание как встреча с личностью // Избранные педагогические труды: В 2 т. – Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2006. Т. II. 504 с.
5. Время, вперед! Культурная политика в СССР / под ред. И.В. Глущенко, В.А. Куренного. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – 272 с.
6. Морозова С.А. Подготовка будущих педагогов начальной школы к разработке и реализации культурно-просветительских программ// Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2017. – С. 40-46.
7. Ноэль Э. Массовые опросы. Введение в методику демоскопии. – М.: Ава-Эстра, 1993.
8. Основы прикладной социологии / Под ред. М. Горшкова, Ф. Шереги. – М.: Интерфакс, 1996.
9. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие – М.: Институт социологии РАН, 2011, 1 CD ROM
10. Проектирование основных образовательных программ вуза при реализации уровневой подготовки кадров на основе федеральных

государственных образовательных стандартов / Под ред. С.В. Коршунова. – М.: МИПК МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2010.

11. Садмэн С., Брэдберн Н. Как правильно задавать вопросы. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2002.

12. Сергеев А.Н. Культурно-просветительская деятельность учителя в сетевых сообществах интернета// Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2013. – С. 95-103.

13. Татарова Г. Г. Методология анализа данных в социологии. – М.: Стратегия, 1998.

14. Толстова Ю.Н. Измерение в социологии. – М.: Инфра-М, 1998.

15. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: Добросвет, 2003.

16. Bromme, Rainer, Thomm, Eva (January 2016). Knowing Who Knows: Laypersons' Capabilities to Judge Experts' Pertinence for Science Topics//Cognitive Science. – 2016. - 40 (1). – P. 241–252.

17. Mark Carnall. Facts are the reason science is losing during the current war on reason// https://www.theguardian.com/science/2017/feb/01/facts-are-the-reason-science-is-losing-in-the-current-war-on-reason-science-communication

Учебное издание

Никитина Александра Валерьевна

Культурно-просветительская деятельность

Подписано в печать 22.05.2021. Формат 60x84/16.
Бумага писчая. Печать оперативная.
Усл. печ. л. 3,9. Тираж 30 экз. Заказ №__

Согласно Федеральному закону от 29 декабря 2010 года
№ 436-ФЗ «О защите детей от информации,
причиняющей вред их здоровью и развитию»
данная продукция не полежит маркировке

Чувашский государственный педагогический
университет им. И. Я. Яковлева
428000, Чебоксары, ул. К. Маркса, 38

Отпечатано в редакционно-издательском отделе
Чувашского государственного педагогического
университета им. И.Я. Яковлева
428000, Чебоксары, ул. К. Маркса, 38